INPUT

Les Services Micros :

Réalités de l'Offre et Stratégies Gagnantes 1994-1997

Programme France

INPUT IT Intelligence Services

Emmanuelle Paul

24, avenue du Recteur Poincaré
75016 Paris
Tel. +33 (1) 46 47 65 65
Fax +33 (1) 46 47 69 50

FRANKFURT • LONDON • NEW YORK • PARIS
SAN FRANCISCO • TOKYO • WASHINGTON, D.C.

NOVEMBRE 1994

Les Services Micros :

Réalités de l'Offre et Stratégies Gagnantes 1994 - 1997

INPUT®

Frankfurt • London • New York • Paris • San Francisco • Tokyo • Washington, D.C.

INPUT®

Avec INPUT, les Directions Générales, impliquées sur les marchés des technologies de l' information, prennent des décisions plus rapides et optimales. Depuis 1974, utilisateurs et fournisseurs bâtissent leurs réflexions stratégiques et engagent leurs actions à partir des données, analyses et recommandations délivrées par INPUT, société internationale spécialisée sur les marchés des logiciels et services.

N' attendez plus pour tirer parti, vous aussi, des connaissances et de l' expertise mondiale d' INPUT. Contactez-nous.

Programmes en souscription

- Information Services Markets
  - Données mondiales et nationales
  - Analyses par secteur d' activité
- Systems Integration and Business Process Change
- Client/Server Applications and Directions
- IT Outsourcing Opportunities
- Information Services Vendor Profiles and Analysis
- EDI/Electronic Commerce
- U.S. Federal Government IT Markets
- IT Customer Services Directions

Composantes des programmes

- Etudes de marché (plus de 100 titres par an)
- Bulletins de recherche sur les principaux enjeux, tendances, ...
- Projections à 5 ans
- Analyse de la concurrence
- Accès aux experts consultants
- Hotline

Bases de données

- Software and Services Market Forecasts Europe
- Software and Services Vendors
- U.S. Federal Government

Etudes spécifiques

Pour les offreurs

- Stratégie de marché
- Analyse d' opportunités
- Etude de satisfaction
- Positionnement
- Conseil en acquisition

Pour les utilisateurs

- Evaluation de fournisseurs
- Scenario d' outsourcing
- Opportunités de marché
- Aide à la planification
- Analyse comparée d' utilisateurs

Autres services

- Présentations
- Conseil Fusion/Acquisition
- Recherche de partenaires

INPUT Worldwide

Frankfurt
Sudetenstraße 9
D-35428 Langgöns-Niederkleen
Germany
Tel. +49 (0) 6447-6055
Fax +49 (0) 6447-7327

London
17 Hill Street
London W1X 7FB
England
Tel. +44 (0) 71 493-9335
Fax +44 (0) 71 629-0179

New York
400 Frank W. Burr Blvd.
Teaneck, NJ 07666
U.S.A.
Tel. 1 (201) 801-0050
Fax 1 (201) 801-0441

Paris
24, avenue du Recteur Poincaré
75016 Paris
France
Tel. +33 (1) 46 47 65 65
Fax +33 (1) 46 47 69 50

San Francisco
1881 Landings Drive
Mountain View
CA 94043-0848
U.S.A.
Tel. 1 (415) 961-3300
Fax 1 (415) 961-3966

Tokyo
Saida Building, 4-6,
Kanda Sakuma-cho
Chiyoda-ku, Tokyo 101
Japan
Tel. +81 3 3864-0531
Fax +81 3 3864-4114

Washington, D.C.
1953 Gallows Road
Suite 560
Vienna, VA 22182
U.S.A.
Tel. 1 (703) 847-6870
Fax 1 (703) 847-6872

FR / MMH 12/94

Champ de l'étude

Le « FM micro » a souvent été proposé par les offreurs comme l'une des solutions devant permettre aux entreprises de mieux maîtriser et gérer leur parc de micros. Espérant beaucoup de l'évolution de ce marché, nombreux sont les fournisseurs qui ont investi dans le développement de telles prestations.

Cependant, leur percée sur le marché restant lente et partielle, bon nombre d'entre eux s'interrogent aujourd'hui sur :

- les orientations prises pour monter et structurer leur offre,
- les stratégies à adopter pour pénétrer au mieux ce marché dont ils n'ont pas encore obtenus les résultats escomptés.

INPUT présente dans ce rapport les principales caractéristiques des prestations de services qu'offrent actuellement les fournisseurs. L'étude analyse les cibles - clients et prospects - visées par les offreurs. Il dresse un panorama des clients et prospects des offreurs ainsi que les pratiques marketing et commerciales qu'ils mettent en oeuvre pour les atteindre.

Ce rapport contient les profils détaillés de 26 offreurs parmi les plus représentatifs sur le marché.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Etude réalisée par
INPUT
24 av. du Recteur Poincaré
75016 Paris, France

Publiée par
INPUT
1881 Landings Drive
Mountain View, CA 94043-0848
United States of America

Programme France

Les Services Micros en France

Copyright © 1994 d'INPUT. Tous droits réservés. Imprimé aux Etats-Unis.
Toute adaptation, reproduction, diffusion même partielle des informations contenues dans cette étude ainsi que leur stockage dans des bases de données est formellement interdit, sauf accord de l'éditeur.
Les informations contenues dans ce rapport sont la propriété d'INPUT.
Le Client convient de conserver confidentielles ces informations et de s'assurer qu'elles ne seront utilisées que par les employés du Client, à l'intérieur de l'Entreprise du Client et ne seront en aucun cas communiquées à aucune autre organisation et/ou individu, y compris la Maison-Mère, les agences ou filiales, sans le consentement écrit d'INPUT.
Le Client accepte de contrôler l'accès aux informations fournies pour empêcher toute divulgation non autorisée constituant une infraction au présent accord.
INPUT apporte tout le soin possible à la préparation des informations fournies dans le cadre du présent accord et estime que les informations présentées sont correctes. Cependant, INPUT ne peut être tenue pour responsable d'aucune perte ou frais qui pourrait résulter d'une omission ou d'une inexactitude dans les informations fournies.

FRIS • 729 • 1994

Table des Matières

I **Introduction** I-1

A. Objectifs I-1

B. Méthodologie I-2

C. Structure du rapport I-4

D. Définitions I-5

E. Autres études INPUT I-9

II **Résumé** II-1

A. Maturité inégale, sous-traitance et partenariat : maîtres mots des offres et des prestataires II-2

1. Des offres très diversifiées et à différents stades de maturité II-2
2. Sous-traitants et partenaires : relais essentiels des fournisseurs II-4

B. Des pratiques marketing et commerciales encore très traditionnelles II-5

C. Conseil, partenariat et recherche de pôles de compétences : principaux enjeux stratégiques des offreurs II-6

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

III Analyse comparative de l'offre III-1

A. Caractéristiques des prestations et des fournisseurs III-1

1. Des offres très diversifiées III-1
2. Les acteurs selon la maturité de leur offre III-5
3. Sous-traitants et partenaires : relais essentiels des fournisseurs III-11

B. Les clients et prospects des offreurs III-18

1. Les sociétés ciblées III-18
2. Les interlocuteurs privilégiés chez les clients III-21
3. Raisons du recours par les utilisateurs aux prestataires III-22
4. Garanties demandées et étendue des prestations III-23
5. Freins rencontrés dans les négociations III-24

C. Pratiques marketing et commerciales des offreurs III-26

1. Vers une force de vente dédiée III-26
2. Des supports de communication encore très traditionnels III-26
3. Des arguments commerciaux « techniques » avant tout III-28

D. Les stratégies gagnantes III-30

IV Profils d'offreurs IV-1

A. Profils détaillés IV-1

1. Alcatel TITN Answare IV-3
2. Athesa International IV-6
3. Axone IV-9
4. Bull IV-12
5. Cap Sesa Hoskyns IV-15
6. Data General France IV-18
7. Digital Equipment France IV-20
8. EDS IV-23
9. GSI IV-26
10. Hewlett-Packard France IV-29
11. IBM France IV-32
12. ICL Services IV-35
13. La Française de Maintenance IV-38
14. Mayday IV-40

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

15. Olivetti France IV-42
16. Siemens Nixdorf Informations Systems IV-45
17. Skipper Finance Technologie IV-47
18. Sorbus France IV-50
19. Staff & Line IV-53
20. Tasq International IV-55
21. TELCI IV-57
22. Télésystèmes IV-60
23. Thalès Groupe Sligos IV-63
24. Thomainfor-Spectral IV-66
25. Unisys France IV-69
26. WANG France IV-71

B. Profils succincts IV-73

1. AT&T Dataid IV-73
2. Econocom IV-73
3. Euralliance's Solutions Informatiques IV-74
4. Granada Computer Services France IV-74
5. KA IV-74

C. Synthèse des principales prestations proposées par les offreurs IV-75

D. Liste complémentaire IV-79

V Guide d'entretien V-1

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Tableaux et Figures

I

[TABLEAU I-1]	Répartition des interviewés selon le type de société et leur département fonctionnel	I-3
[TABLEAU I-2]	Segmentation et Définition des Services Micros	I-7
[TABLEAU I-3]	Les principaux modes de recours à du support externe micro	I-8

III

[FIGURE III-1]	Origine de l'offre	III-2
[TABLEAU III-1]	Principales catégories d'offreurs positionnées selon le type de prestations	III-4
[FIGURE III-2]	Positionnement des offreurs sur le marché des services micros	III-5
[TABLEAU III-2]	Profil des « Novateurs »	III-6
[TABLEAU III-3]	Profil des « Opportunistes »	III-7
[TABLEAU III-4]	Profil des « Défensifs »	III-8
[TABLEAU III-5]	Profil des « Protecteurs »	III-9
[TABLEAU III-6]	Existence d'une activité de FM grands systèmes au sein des principales catégories d'offreurs	III-10

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Tableaux et Figures (Suite)

[TABLEAU III-7]	Les différentes formes de collaboration entre offreurs	III-11
[TABLEAU III-8]	Domaines recherchés lors de la collaboration entre offreurs	III-11
[TABLEAU III-9]	L'appel à la sous-traitance pour la fourniture des prestations, par catégorie d'offreurs	III-12
[TABLEAU III-10]	Degré d'importance des relations de sous-traitance entre les différentes catégories d'offreurs	III-13
[TABLEAU III-11]	Palmarès des prestations faisant l'objet de relations de sous-traitance entre offreurs	III-14
[TABLEAU III-12]	Raisons de l'appel à la sous-traitance par catégorie d'offreurs	III-16
[TABLEAU III-13]	La sous-traitance versus le partenariat pour la fourniture des prestations	III-16
[TABLEAU III-14]	Réalités et perspectives des relations de partenariat entre les différentes catégories d'offreurs	III-17
[TABLEAU III-15]	Profil du client type de l'offreur	III-18
[FIGURE III-3]	Secteurs d'activité des clients cités par les offreurs	III-19
[FIGURE III-4]	Principaux critères d'identification des prospects par les offreurs	III-20
[FIGURE III-5]	Principaux interlocuteurs rencontrés par les offreurs	III-21
[FIGURE III-6]	Raisons du recours aux prestataires - Perception des offreurs	III-22
[FIGURE III-7]	Principales garanties demandées par le client aux offreurs	III-23
[TABLEAU III-16]	Les limites de la prestation demandée par les utilisateurs selon les offreurs	III-24
[FIGURE III-8]	Principaux freins rencontrés par les offreurs dans leurs négociations	III-25
[TABLEAU III-17]	Les principaux vecteurs de commercialisation de services micros	III-26

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Tableaux et Figures (Suite)

[FIGURE III-9]	Supports de communication utilisés par les prestataires pour la commercialisation de leur offre	III-27
[FIGURE III-10]	Arguments commerciaux utilisés par les offreurs pour commercialiser leurs prestations	III-28
[TABLEAU III-18]	Principales attentes à court et moyen terme des utilisateurs selon les offreurs	III-30
[TABLEAU III-19]	Principaux axes de développement stratégique des offreurs	III-31
[TABLEAU III-20]	Domaine de compétences à rechercher dans le cadre de partenariat et/ou de développement de l'offre	III-32

IV

[TABLEAU IV 1a]	Synthèse des principales prestations phares par offreur	IV 75
[TABLEAU IV 1b]	Synthèse des principales prestations phares par offreur	IV 76
[TABLEAU IV 2a]	Synthèse des principaux axes de développement des offreurs	IV 77
[TABLEAU IV 2b]	Synthèse des principaux axes de développement des offreurs	IV 78

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

I

Introduction

A
Objectifs

Face aux nouveaux enjeux générés par l'explosion de la micro-informatique, les offreurs ont développé une palette de services afin de répondre aux nombreux problèmes rencontrés par les utilisateurs : difficulté de maîtriser l'expansion de leurs parcs micros et leurs budgets (inflation des coûts directs, induits et cachés), de contrôler la qualité des services rendus, ...

Parallèlement à l'évolution des offres, les besoins des utilisateurs, en raison du développement de nouvelles technologies (croissance de la puissance des micros, profusion de logiciels et progiciels, extension des réseaux, etc.), se sont modifiés, étendus et complexifiés. L'appel à des ressources et des compétences externes, tout en limitant le nombre de prestataires retenus à un interlocuteur unique, s'est accru et les fournisseurs, afin de répondre au mieux à ces attentes, ont été obligés d'étendre leur offre, la structurer et l'organiser. Cependant, malgré ces efforts, toutes les prestations proposées actuellement sur le marché ne semblent pas encore en phase avec ces besoins et ces attentes.

Aussi, espérant beaucoup de l'évolution de ce marché, de nombreux prestataires ont investi dans le développement de leur offre sans pour autant obtenir les résultats escomptés. Certains d'entre eux s'interrogent sur les orientations qu'ils ont données à leur offre, d'un point de vue technique, commercial et stratégique. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Cette étude analyse en détail les principales caractéristiques des prestations de services proposées par les offreurs sur le marché. Elle identifie leurs clients et prospects ainsi que leurs pratiques marketing et commerciales. Elle présente les différentes types d'offres existantes à travers plusieurs profils de fournisseurs. Elle tente d'apporter une réponse aux questions que se posent les prestataires quant aux stratégies à adopter pour pénétrer au mieux ce marché et jouer un rôle actif dans son développement.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

B
Méthodologie

La collecte des informations ayant servi de base à cette étude a été réalisée à partir de sources multiples :

Recherche documentaire générale

Celle-ci a été menée à partir du fonds documentaire d'INPUT qui rassemble des articles et des documents spécifiques aux marchés des services informatiques.

Ce fonds contient également l'ensemble des études publiées par INPUT aux Etats-Unis, en Europe et en France. Pour les besoins de cette recherche, les profils d'offreurs déjà réalisés par INPUT (offreurs appartenant à des structures internationales ou transnationales et ayant une activité significative en France) ont été analysés avec le plus grand soin afin de mieux connaître et comprendre les stratégies de développement de leur offre au niveau groupe. Par ailleurs, les études traitant de l'évolution des services, du « downsizing » et du client/serveur ont aussi été utilisées. Les titres de ces études sont mentionnés au paragraphe E de cette introduction.

Recherche par interviews

Elle a été réalisée en deux temps :

• Phase préliminaire d'identification des offreurs conduite suivant deux axes :

- questionnaires succincts adressés par télécopie ou soumis par téléphone pour collecter les informations permettant de sélectionner les offres les plus significatives,

- demande de documentation pour mieux appréhender le contenu des offres et leur présentation commerciale.

Les premiers contacts ont été dirigés sur les sociétés identifiées et analysées dans le cadre de la première étude d'INPUT, intitulée « Les Services Autour des Parcs Micros en France » et menée en 1992. Cette démarche a permis de suivre leur développement au cours de ces deux dernières années.

• Entretiens approfondis auprès des offreurs

L'analyse de l'offre repose sur des interviews de 27 sociétés présentant différents stades de maturité de leur offre sur le marché, dont 26 ont donné lieu à des profils détaillés.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Comme pour l'analyse de la demande qui a fait l'objet du tome I de ce programme (« Expériences et Stratégies des Entreprises Françaises »), il a été nécessaire pour mener à bien la présente recherche d'identifier les sociétés les plus significatives sur le marché et/ou ayant présenté une démarche stratégique structurée de montage de leur offre.

Les offreurs ainsi sélectionnés appartiennent plus particulièrement au monde des constructeurs, sociétés de maintenance indépendantes (SMI), SSII, éditeurs et spécialistes. Les responsables interviewés reportent fonctionnellement à 5 principales structures internes, reflet de l'organisation de leur société. Leur répartition est décrite dans le tableau ci-dessous.

[Tableau I-1]

Répartition des interviewés selon le type de société et leur département fonctionnel

	Direction Générale	Direction des Opérations	Direction du Service Client	Dept./Dir. Marketing & Ventes	Structure * en charge de la micro	Nombre d'offreurs
Constructeurs	-	1	4	3	1 (a)	9
Editeurs	2	-	1 (b)	-	-	3
Sociétés de maintenance	-	-	-	4	1	5
SSII	2	-	1	3	3 (a)	9
Spécialistes	1	-	-	-	-	1
Total des offreurs	5	1	6	10	5	27

(a) Dont 1 rattaché à la Direction des Opérations *Source INPUT*

(b) Structure Marketing du Service Client

** L'existence de « structures micros » se rencontre principalement dans les sociétés qui n'ont pas à ce jour figé leur organisation dans l'attente de connaître les développements du marché.*

D'autres sociétés - distributeurs par exemple - sollicitées pour des entretiens mais n'ayant pas donné suite, proposent néanmoins certaines prestations qui rentrent dans le cadre de cette étude. Le manque d'informations sur ces offreurs est peut être un indice représentatif de l'état actuel de leur offre, en phase de développement ou de réorganisation.

L'absence de ces sociétés du champ de l'analyse peut avoir un impact sur la modélisation des données. En effet, la définition de leur offre, leurs marchés

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

cibles, leurs pratiques marketing et commerciales ainsi que les développements envisagés peuvent être différents de ceux mentionnés par les sociétés interviewées. Néanmoins, il est à préciser qu'ils ont fait l'objet de très peu de réponses, aussi bien lors des contacts auprès des utilisateurs que des autres offreurs. Par conséquent, leur absence ne semble pas avoir une incidence directe sur l'analyse.

La collecte des informations auprès des offreurs s'est effectuée à partir d'un guide d'entretien dont une présentation est donnée au chapitre V. Il a été utilisé pour les 20 entretiens, d'environ deux heures, réalisés en face à face et pour les 7 interviews téléphoniques d'une heure environ. Ce guide d'entretien a pour objectif de :

- définir et de décomposer l'offre en services micros de chacun des prestataires interviewés et de la positionner sur le marché : prestations couvertes, raisons de la création de l'offre, son origine, degré de recours à la sous-traitance et/ou au partenariat,

- identifier les clients : Qui sont-ils ?. Quels sont les principaux interlocuteurs des offreurs chez le client ?. Quels sont les critères de qualification des prospects utilisés par les offreurs ?. Quelles sont les principales motivations qui ont conduit les clients à recourir à leurs services ?. Quels freins ont-ils rencontré dans leur négociation avec eux ?. Quelles garanties spécifiques demandent-ils ?.

- qualifier et analyser les pratiques marketing et commerciales des offreurs : existence d'une force de vente dédiée, présentation des supports de communication de l'offre, arguments commerciaux utilisés, ...,

- connaître les principales stratégies de développement des offres.

C
Structure du rapport

Le rapport est structuré en cinq grandes parties, après cette introduction qui forme le chapitre I :

- le chapitre II présente la synthèse de l'étude,

- le chapitre III est consacré à l'analyse comparative de l'offre. Il présente tout d'abord les caractéristiques des prestations de services proposées par les offreurs sur le marché et leur évolution. Il en découle une typologie des offreurs. Ensuite, il dresse le profil de leur client type et passe en revue les

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

pratiques marketing et commerciales qu'ils utilisent. Enfin, un panorama des stratégies gagnantes est dessiné,

- le chapitre IV regroupe les profils détaillés de 26 offreurs les plus représentatifs sur le marché suivis de 5 présentations succinctes et d'un tableau de synthèse des prestations de services proposées par chaque fournisseur étudié. Par ailleurs, une liste complémentaire d'autres offreurs opérant sur le marché est inclus à la fin de ce chapitre,

- le chapitre V donne le guide d'entretien.

Ce rapport intitulé « Les Services Micros : Réalités de l'Offre et Stratégies Gagnantes 1994-1997 » est le deuxième tome publié dans le cadre du programme 1994 d'études INPUT « Les Services Micros en France ».

Ce programme comprend 2 autres rapports :

- Tome I - Expériences et Stratégies des Entreprises Françaises 1994-1997,

- Tome III sur les mutations et perspectives de développement des services micros/LANs, les projections et parts de marché et les principales opportunités.

Des services de support personnalisés accompagnent ces rapports :

Conférence de présentation des résultats,
Réunion privée,
Accès aux consultants pour des questions spécifiques.

D
Définitions

- Jusqu'à une date relativement récente, les prestations de services les plus souvent rencontrées autour des parcs micros étaient la maintenance et la formation.

Ces prestations se caractérisent par un mode de commercialisation basé sur des contrats généralement annuels, qui consistent en une mise à disposition de moyens facturés en fonction de quantités (nombre de machines, d'utilisateurs concernés). Elles forment une première catégorie de services dénommés : les services sous-traités.

- En réponse aux besoins des utilisateurs (étendue et complexité des parcs, contraintes budgétaires) et aux stratégies de développement des offreurs

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

(objectifs de croissance et de restauration des marges), une nouvelle catégorie de prestations est apparue : les services micros externalisés.

Ces prestations couvrent une palette plus étendue constituée par des modules de services traditionnels combinés entre eux. Elles se caractérisent par :

- une responsabilité plus large accordée à un prestataire unique, maître d'oeuvre, qui s'engage sur des résultats,

- une relation commerciale qui va au delà de la simple sous-traitance et qui s'apparente à celle rencontrée dans les contrats de FM ou d'infogérance de grands systèmes. Elle fait l'objet d'un contrat de services sur une période pluriannuelle.

Cependant, si la micro s'inspire des contrats de FM, cela ne signifie pas que toute externalisation de services micros puisse être qualifiée de « FM ou d'infogérance micro ». L'étude démontre en effet que les offreurs, même si certains disposent de ressources et de compétences étendues, n'ont à ce jour que très peu de références en solution allant jusqu'au transfert d'équipes et à l'externalisation de la propriété des machines.

Dans de nombreux cas, les fournisseurs se sont appuyés pour développer leur offre sur des services déjà existants et/ou proposés chez leur client, tels que la maintenance traditionnelle des matériels et logiciels, le support aux utilisateurs et l'administration de parcs micros et de réseaux.

Les prestations de conseil, d'ingénierie de logiciels, d'intégration et/ou de financement sont venues se greffer par la suite afin de donner une cohérence à l'ensemble et favoriser l'organisation et la structure de l'offre.

Les différentes catégories de prestations évoquées ci-dessus et leurs caractéristiques sont synthétisées dans les tableaux suivants.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau I-2]

Segmentation et Définition des Services Micros

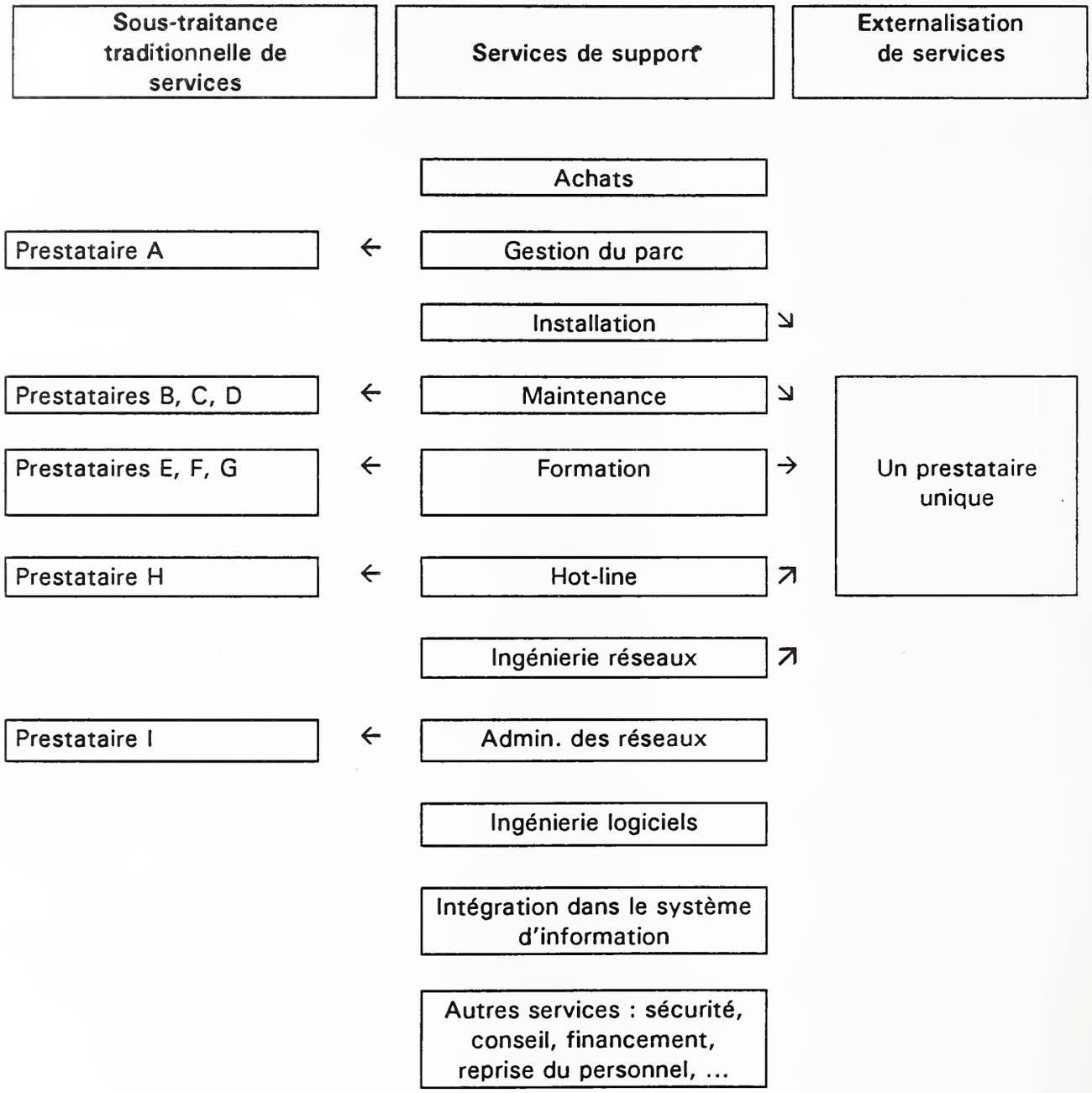
Catégories de services	Nature de l'intervention	Formes contractuelles	Prestataires
Services sous-traités	Services isolés, le plus souvent : maintenance, hot-line, formation, ... acquis indépendamment	. Contrat annuel . Engagement de moyens . Taux de facturation lié aux quantités (nbre de micros et/ou d'utilisateurs)	Intervenants multiples agissant indépendamment
Services externalisés	Combinaison étendue de services complémentaires et coordonnés entre eux	. Cadre forfaitaire pluriannuel . Engagement de résultats . Contrat de services avec relation de partenariat	Une interface unique, (incluant un ou plusieurs prestataires), responsable de la mise en oeuvre de la gestion et de l'exploitation.

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau I-3]

Les principaux modes de recours à du support externe micro



Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

E
Autres études INPUT

. Impact of Downsizing on Customer Service Organisations - Europe - Mai 1992

. Outsourcing Desktop Services - Europe - Mai 1992

. Impact of Downsizing on Systems Integration - Europe - Septembre 1992

. Outsourcing Desktop Services - USA - Décembre 1992

. Les Services autour des Parcs Micros - France - Décembre 1992

. Interaction Downsizing/Outsourcing - USA - Janvier 1993

. Client/Server Impact on Major Project Contracting - Europe - Novembre 1993

. Equipment Service Contracts in an Open Environment - Europe - Déc. 1993

. Information Systems Outsourcing Market - Europe - Juin 1994

. Client/Server Impact on Services - Europe - Février 1994

. Desktop Services User Perspectives - USA - Juin 1994

. Desktop Services Outsourcing - Europe - Juin 1994

. Les Services Micros : Expériences et Stratégies des Entreprises Françaises - France - Septembre 1994

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

(page blanche)

© 1994 par INPUT. Reproduction interdite.

II

Résumé

Afin de mieux connaître les offres de services micros proposées sur le marché français et de mieux appréhender les pratiques suivies par les fournisseurs dans le développement et la commercialisation de celles-ci, INPUT a mené une enquête approfondie auprès de 27 prestataires.

L'objectif de l'étude est de répondre aux questions que se posent aujourd'hui :

- les offreurs, en ce qui concerne les stratégies à adopter pour pénétrer au mieux ce marché et évoluer en phase avec lui,
- et les utilisateurs qui, fréquemment sollicités par ceux-ci, ne savent plus toujours dans quelles directions orienter leur choix et quel(s) prestataire(s) retenir.

L'étude passe en revue les caractéristiques des prestations et le positionnement des offreurs, identifie leurs clients et prospects, présente leurs pratiques marketing et commerciales, et les principales stratégies de développement.

Par ailleurs, pour compléter l'analyse, 26 profils détaillés d'offreurs ont été réalisés.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

A

Maturité inégale, sous-traitance et partenariat : maîtres mots des offres et des prestataires

1. Des offres très diversifiées et à différents stades de maturité

Depuis 1992, les offres de services micros ont connu des évolutions significatives aussi bien en terme de structuration que d'organisation. Les fournisseurs déjà présents sur le marché en ont profité pour étayer leurs prestations en les complétant notamment par des services qu'ils ne proposaient pas encore (le financement par exemple) et/ou en les organisant au niveau méthodologique et fonctionnel.

De nouveaux offreurs, parfois sans antériorité réelle sur le marché, tentent actuellement de se positionner grâce : soit à des opportunités qu'ils ont rencontrées et qu'ils souhaitent exploiter; soit à des demandes spécifiques de leurs clients existants; soit encore par une volonté de développement stratégique.

Aujourd'hui, les principales prestations proposées par les offreurs s'articulent encore, dans de nombreux cas, autour de la maintenance à laquelle viennent s'ajouter des services de support logistique (installation, déploiement, assistance technique, administration de parc, etc.) et d'assistance utilisateurs (« help desk », formation, etc.).

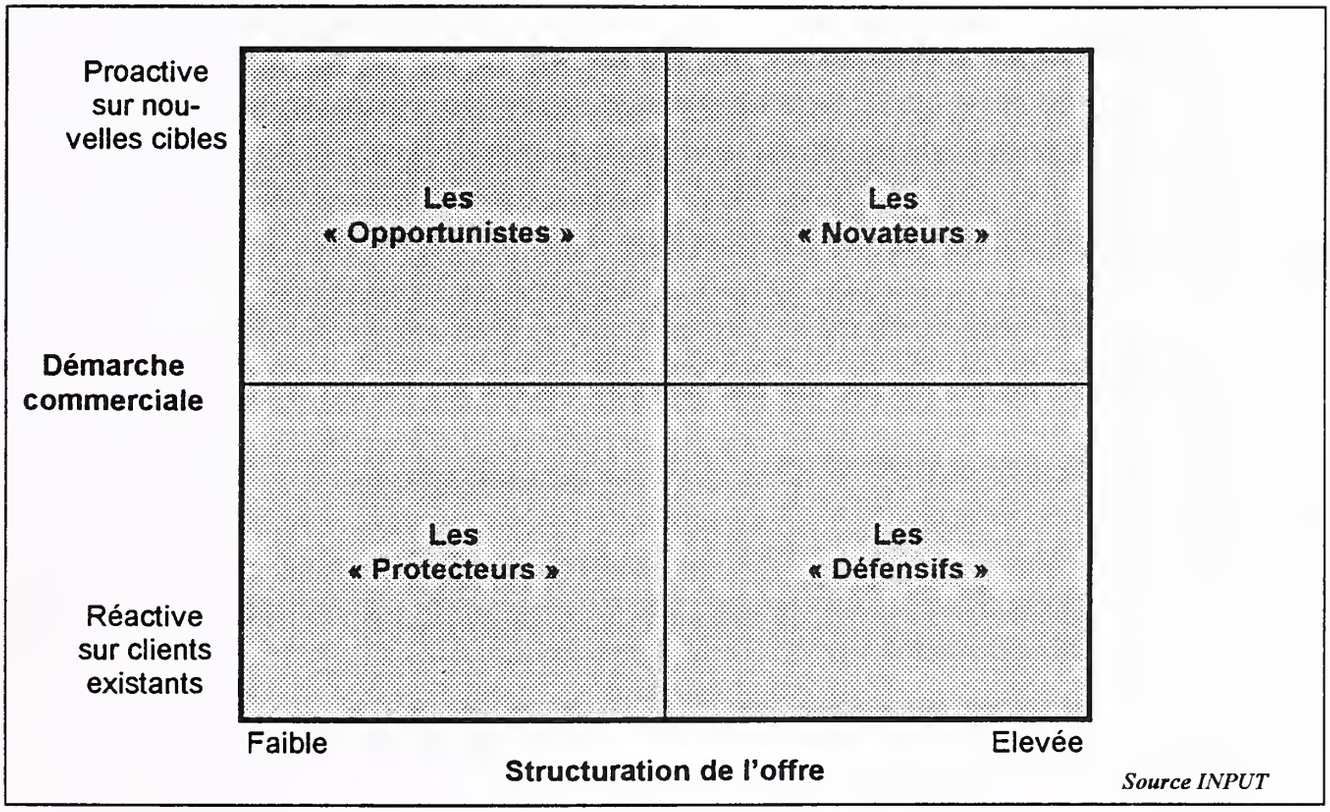
Afin de constituer un ensemble de prestations plus large, d'autres services de support, tels que l'ingénierie et l'administration de réseaux, l'ingénierie de logiciels, l'intégration de la micro dans le système d'information, le conseil, le financement, etc., peuvent compléter ce premier groupe de services.

Les offres rencontrées sont très diversifiées et se caractérisent donc essentiellement par un champ de couverture plus ou moins étendu. Ceci se traduit par l'existence de multiples combinaisons de services : mise à disposition d'une palette de prestations complémentaires et modulaires que le client peut choisir indépendamment les unes des autres; ou bien alors, définition avec le client de ses besoins et spécification avec l'offreur des prestations y répondant; ou encore offre d'externalisation globale, parfois sous la forme d'un « package » de services.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Ces différentes approches ont permis à INPUT de déterminer et de retenir deux critères pour positionner les fournisseurs sur le marché et mieux caractériser leur offre et son niveau de maturité : structuration de celle-ci (faible ou élevée) et démarche commerciale mise en place par les offreurs (pro-active vers de nouvelles cibles ou réactive sur des clients existants). INPUT a ainsi identifié quatre grandes familles : les « Novateurs », les « Opportunistes », les « Défensifs » et les « Protecteurs ».

Positionnement des offreurs sur le marché des services micros



Source INPUT

Ce positionnement fait clairement apparaître les réalités de l'offre. Il s'agit :

- soit d'une offre effective, dès lors que les prestations mises en application sur le terrain et/ou éprouvées (par des références) sont structurées et coordonnées entre elles (ou en phase de structuration),
- soit d'une offre apparente, correspondant à des prestations proposées mais non validées sur le terrain (c'est souvent le cas du module de financement) et/ou en phase de développement chez les fournisseurs.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

2. Sous-traitants et partenaires : relais essentiels des fournisseurs

Afin d'enrichir leur offre, les fournisseurs ont établi de multiples relations auprès d'autres prestataires. Sans qu'il soit possible d'en délimiter exactement les contours contractuels, INPUT a identifié deux types de catégories : la sous-traitance et le partenariat.

Bien que les raisons de l'appel à la sous-traitance varient d'une famille d'offreurs à l'autre, la recherche de compétences et une meilleure maîtrise des coûts en sont les deux principales motivations. Ceci apparaît clairement dans le palmarès des prestations faisant l'objet de sous-traitance entre fournisseurs. En effet, les trois premiers services sous-traités sont le financement et la formation, pour lesquels tous les prestataires n'ont pas encore un niveau de compétences requises suffisant, et la maintenance, dont le « dumping » agressif sur les prix oblige certains offreurs à trouver des solutions externes moins chères que celles qu'ils peuvent fournir en interne.

Palmarès des prestations faisant l'objet de relations de sous-traitance entre offreurs
(en % des offreurs faisant appel à la sous-traitance)

Financement	58%
Formation	53%
Maintenance	47%
Achats	37%
Assistance utilisateurs	26%
Gestion de parc/inventaire	16%
Installation/déploiement	16%
Ingénierie logiciels	16%
Ingénierie réseaux	11%
Intégration dans le SI	11%
Administration de réseaux	5%

Base : 19 répondants / multi-réponses Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

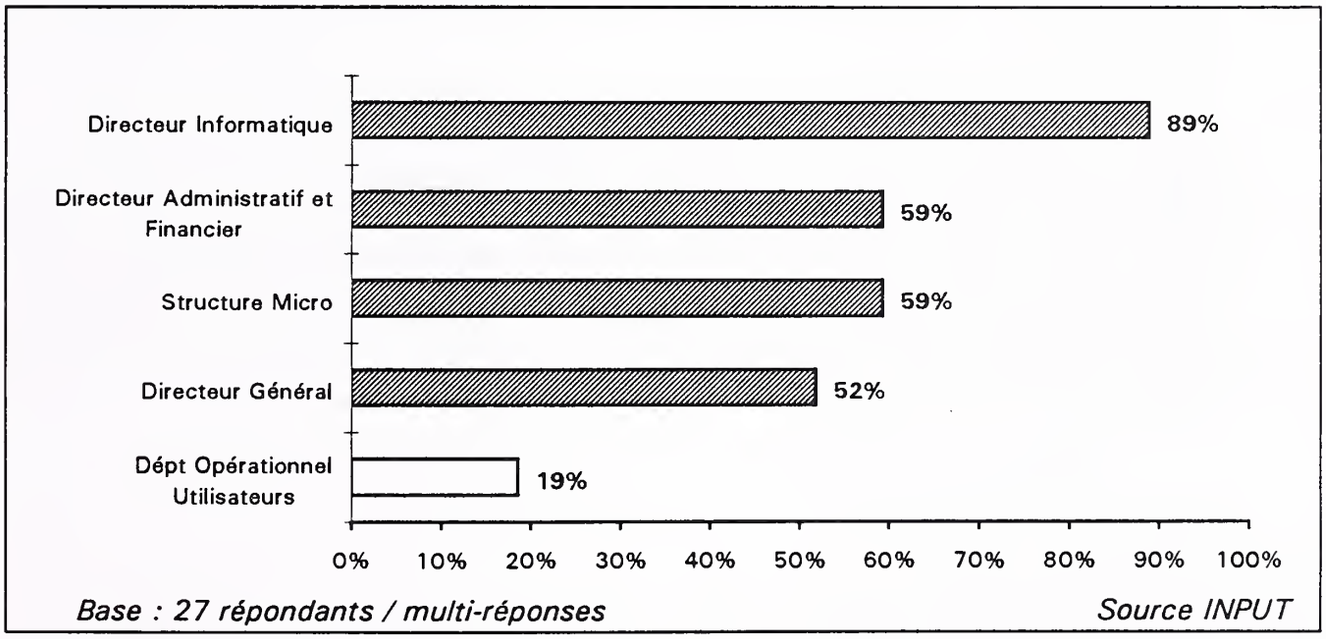
B

Des pratiques marketing et commerciales encore très traditionnelles

Le profil du client type de l'offreur est avant tout un grand compte, et/ou une PME/PMI, disposant d'un parc de micros conséquent, évoluant dans un environnement bureautique relativement traditionnel et opérant sur des sites plus ou moins dispersés.

En interne, le Directeur Informatique est l'interlocuteur que les prestataires privilégient. Néanmoins, deux autres interlocuteurs viennent prendre une place de plus en plus prépondérante : le Directeur Administratif et Financier et le Directeur Général.

Principaux interlocuteurs rencontrés par les offreurs chez leurs clients



Selon les offreurs, les raisons essentielles avancées par ces interlocuteurs pour expliquer le recours à leurs prestations sont : la qualité du service rendu, la recherche d'un prestataire unique capablede dispenser des services d'un bon rapport qualité/prix.

Bien qu'ils essayent de répondre au mieux aux attentes de leurs clients et prospects, INPUT a remarqué qu'il existait un déphasage entre la perception que les offreurs avaient des besoins de leurs clients et les attentes réelles de ces derniers. Ceci les conduit à être confrontés dans leur négociations à trois principaux freins que les fournisseurs expriment et analysent de la manière suivante : prix trop élevé des prestations, manque de maturité de leurs prospects et méconnaissance de leurs capacités à proposer une offre de services micros.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Par ailleurs, même si la tendance actuelle pour la commercialisation des offres s'oriente vers le recours à des commerciaux spécialisés « services micros », nombreux sont encore les fournisseurs disposant de supports de communication traditionnels pour présenter leur offre, et s'appuyant sur des arguments techniques pour la vente de celle-ci. En effet, plus de la moitié d'entre eux utilisent comme vecteur principal de communication les séminaires, conférences et salons spécialisés et l'utilisation d'un support écrit (plaquette commerciale par exemple) est encore loin d'être généralisée.

C

Conseil, partenariat et recherche de pôles de compétences : principaux enjeux stratégiques des offreurs

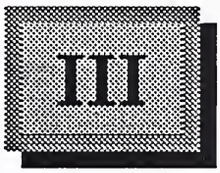
Ayant fait de nombreux efforts pour développer et structurer leurs offres, les prestataires ont néanmoins conscience qu'ils doivent encore se perfectionner. Certains d'entre eux ont déjà investi dans ce qui leur semblent être les attentes majeures à court et moyen terme des utilisateurs. Parmi ces principales attentes, ils ont notamment identifié les services autour des réseaux et le client-serveur, la montée en puissance de l'assistance utilisateurs qui se devra d'être plus étendue et performante, l'intérêt croissant pour la maîtrise des coûts du poste de travail corrélé à une demande pointue en services d'administration de parc. Les réponses à ces attentes sont formulées aujourd'hui par les axes de développement stratégique suivant :

Principaux axes de développement stratégique des offreurs

• Vente de conseils spécifiques aux besoins du client	+ + + + +
• Appel au partenariat	+ + + + +
• Extension du champ technique et des compétences	+ + +
• Développement d'offres réseaux, client-serveur, « groupware », etc.	+ +
• Amélioration du « help desk »	+ +

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.



Analyse comparative de l'offre

A
Caractéristiques des prestations et des fournisseurs

1. Des offres très diversifiées

Les offres rencontrées sur le marché des services micros en France sont de nature diverse et variée. Elles se caractérisent par un champ de couverture plus ou moins étendu selon leur niveau de structuration. Les principales prestations proposées par les offreurs s'articulent encore, pour beaucoup d'entre eux, autour de la maintenance à laquelle viennent s'ajouter des services de support logistique (installation, déploiement, assistance technique, administration de parc, etc.) et d'assistance utilisateurs (« help desk », formation, etc.).

D'autres services de support, tels que l'ingénierie et l'administration de réseaux, l'ingénierie de logiciels, l'intégration de la micro dans le système d'information, le conseil, le financement, etc., complètent ce premier groupe de prestations, constituant ainsi un ensemble de services plus large.

Compte tenu de la diversité des prestations proposées et de l'étendue du champ qu'elles couvrent, de multiples combinaisons de services ont été rencontrées :

- mise à disposition d'une palette de prestations complémentaires et

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

modulaires que le client peut choisir indépendamment les unes des autres et que l'offreur coordonne entre elles. Aujourd'hui, ces prestations sont encore, chez certains offreurs, commercialisées séparément et s'apparentent plutôt à des services isolés sous-traités,

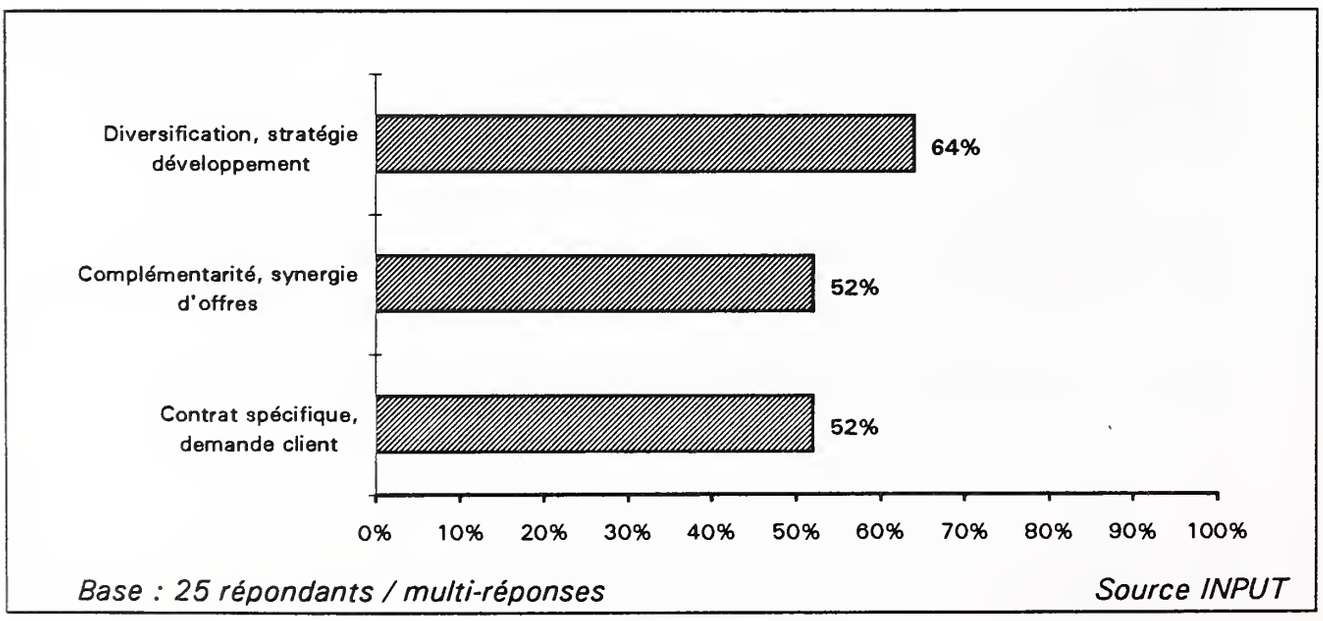
- définition avec le client de ses besoins et spécification avec l'offreur des prestations y répondant,
- externalisation globale des besoins du client en matière de services micros.

L'origine de l'offre provient, pour un offreur sur deux, de l'identification sur le terrain d'un besoin client et pour deux sur trois d'une stratégie de développement sur ce marché et/ou d'une volonté de diversification d'activité. Cette démarche est en étroite relation avec l'historique de la société, son activité, et l'évolution de celle-ci.

Parmi les offreurs qui ont spécifié « la demande client » comme l'une des principales raisons ayant poussé leur société à offrir des services autour des parcs micros, 38% l'ont directement corrélée avec d'autres offres existantes (complémentarité, synergie, ...). Ce pourcentage est de 62% si l'on considère les offreurs ayant en plus ajouté une volonté de diversification au sein de leur société. En revanche, 58% des offreurs dont l'origine de l'offre n'est pas issue d'une demande client ont mentionné comme raisons essentielles la stratégie de développement et la diversification d'activité.

[Figure III-1]

Origine de l'offre



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Ceci suppose de la part de ces offreurs un travail de réflexion et d'analyse actif et rigoureux. En majorité, ce sont les constructeurs qui se situent dans ce cas de figure. Leur volonté à faire évoluer leur image « constructeurs » vers un métier plus orienté « services » sous-tend, pour beaucoup d'entre eux, leur stratégie générale de développement. Par principe même, la création de leur offre de services micros fait partie de cette dynamique de croissance dans le changement.

Les offres ont donc connu des évolutions significatives en terme de structuration et d'organisation. Les fournisseurs déjà présents sur le marché ont, en général, étayé leur offre, soit en la complétant par des prestations qu'ils ne proposaient pas il y a deux ans (module de financement par exemple), soit en l'organisant d'un point de vue méthodologique et fonctionnel. Par ailleurs, de nouveaux offreurs sont venus se positionner sur ce marché en raison d'opportunités qu'ils ont rencontrées ou suite à des demandes spécifiques de leurs clients existants ou encore par volonté de développement stratégique.

Chaque catégorie d'offreurs identifiée - constructeurs, distributeurs, éditeurs, sociétés de maintenance indépendantes (SMI), SSII et spécialistes - tente de pénétrer le marché par un ou plusieurs point(s) d'entrée souvent en adéquation avec leur métier d'origine et/ou les points forts de leur activité. Leur positionnement selon les types de prestations qu'ils offrent est donné dans le tableau III-1, page suivante.

Le champ des prestations disponibles sur le marché diffère d'un offreur à l'autre, et plus particulièrement d'une catégorie à l'autre :

- les constructeurs valorisent les compétences qu'ils ont acquises de leur métier d'origine et le savoir-faire dont ils disposent autour des grands et moyens systèmes. Ainsi, ils essayent, dès aujourd'hui, de se positionner sur des marchés à fort potentiel, tels que l'ingénierie et l'administration de réseaux,

- les distributeurs tentent progressivement de pénétrer le marché mais leur offre reste limitée comparativement aux autres catégories,

- les éditeurs se sont introduits sur le marché avec leurs progiciels de gestion de parc. Aujourd'hui, ils complètent leur offre essentiellement par des prestations de formation, sur leurs propres outils et ceux de leurs concurrents, et des services de conseils basés sur l'accompagnement du client dans la mise en route et le suivi de l'administration de son parc,

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- les sociétés de maintenance indépendantes, encore fortement positionnées il y a deux ans sur leur activité de maintenance, se sont ouvertes à des services complémentaires s'articulant autour de celle-ci (installation, déploiement, inventaire et gestion de parc, réseaux, etc.),
- les SSII, comme les constructeurs, couvrent l'ensemble du spectre des prestations identifiées sur le marché avec des niveaux de positionnement plus ou moins élevés.

[Tableau III-1]

Principales catégories d'offreurs positionnées selon le type de prestations

Type de prestations \ Catégorie d'offreurs	Constructeurs	Distributeurs	Editeurs	Sociétés de maintenance	SSII
Achats	X	→XXX		(x)	X
Installation/déploiement	XX	X(x)		XX(x)	X(x)
Maintenance	→XXX	XX		→XXX	X(x)
Administration de parc	XX	X(x)	→XXX	XX	XX
Formation	X(x)	X	XX	(x)	XX
Assistance utilisateurs	XX	X	(x)	X	XX
Ingénierie et/ou administration de réseaux	XX			X(x)	XX(x)
Ingénierie logiciels	X				XX
Intégration dans le système d'information	X		(x)		→X(x)
Financement	XX	X		(x)	(x)
Conseil	(x)		(x)		X

Positionnement : X = fort (x) = moyen

Axe de développement

→ Point d'entrée

Source INPUT

Note : Les auditeurs ne figurent pas dans ce tableau, leurs prestations se limitant, en grande partie, au conseil (prescription, organisation, schéma directeur, gestion de moyens, etc.), à certaines formations de haut niveau, et à des interventions dans le processus de sélection d'offreurs.

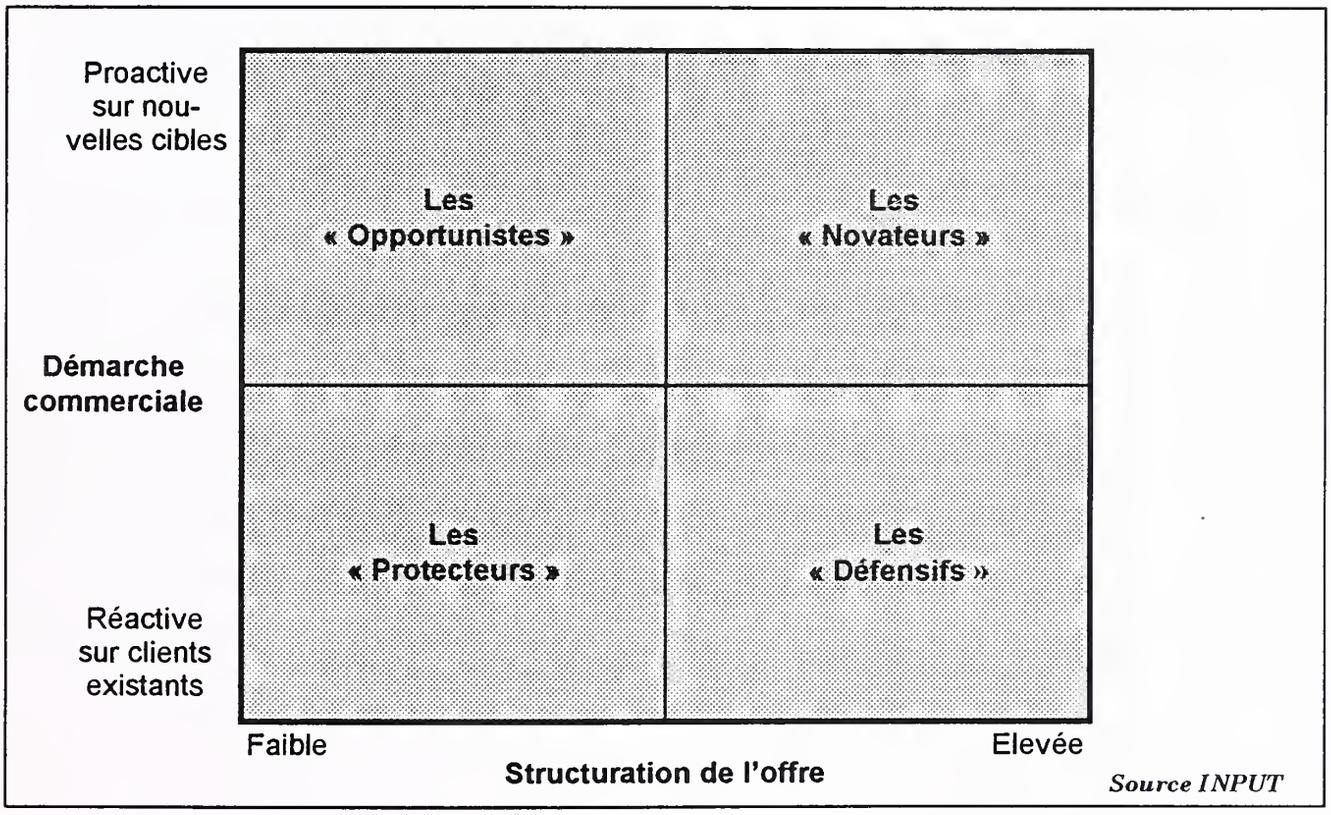
© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

2. Les acteurs selon la maturité de leur offre

Le niveau de maturité de l'offre transparaît aussi bien à travers la structuration de celle-ci (faible ou élevée) qu'à travers la démarche commerciale mise en place par les offreurs (pro-active vers de nouvelles cibles ou réactive sur des clients existants). Ces deux critères ont été retenus pour positionner les fournisseurs sur le marché et mieux caractériser leur offre. INPUT a ainsi identifié quatre grandes familles : les « Novateurs », les « Opportunistes », les « Défensifs » et les « Protecteurs ».

[Figure III-2]

Positionnement des offreurs sur le marché des services micros



Source INPUT

Ce positionnement fait clairement apparaître les réalités de l'offre. Il s'agit :

- soit d'une offre effective, dès lors que les prestations mises en application sur le terrain et/ou éprouvées (par des références) sont structurées et coordonnées entre elles (ou en phase de structuration),
- soit d'une offre apparente, correspondant à des prestations proposées mais non validées sur le terrain (c'est souvent le cas du module de financement) et/ou en phase de développement chez les fournisseurs.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Les 4 grandes familles de fournisseurs identifiées sur le marché présentent les traits suivants :

- **Les « Novateurs »**

Les « Novateurs » semblent les mieux disposés, aujourd'hui, sur le marché des services micros à offrir une combinaison de prestations complémentaires et coordonnées entre elles. Ce sont les plus proches de l'externalisation de services micros telle qu'INPUT la définit.

Certains d'entre eux disposent de chefs de projet pour la coordination et le suivi des opérations chez le client. Les relations avec leurs clients s'établissent, avant tout, sur la base d'un partenariat.

Ils tentent d'anticiper le marché en se positionnant déjà sur de nouveaux créneaux (client-serveur, « groupware », multimédia, etc.).

[Tableau III-2]

Profil des « Novateurs »

- Ont une offre structurée et organisée
- S'appuient sur des méthodologies claires et cohérentes
- Proposent une offre flexible et modulaire
- Ont investi dans la communication de l'offre
- Disposent de références
- Etablissent des relations étroites et organisées avec des partenaires
- Se positionnent sur les nouveaux marchés (client-serveur, réseaux, ...)

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- **Les « Opportunistes »**

Les « Opportunistes » disposent de bonnes facultés d'adaptation qui leur permettent d'appréhender rapidement le marché et de saisir, au coup par coup, des occasions sans approche marketing réelle.

En apparence, ils couvrent l'ensemble du spectre des services autour des parcs micros. En réalité, leur champ d'intervention est plus limité. Néanmoins, pour enlever un contrat, ils sont près à aller chercher toutes les ressources nécessaires, dont ils ne disposent pas forcement en interne, auprès de sous-traitants et/ou de partenaires.

Cependant, soit parce qu'ils ne maîtrisent pas suffisamment certains services (plus particulièrement dans des secteurs nouveaux ou pointus), soit parce que le champ proposé est alors trop étendu, ils éprouvent des difficultés dans la coordination de ces prestations.

[Tableau III-3]

Profil des « Opportunistes »

- Veulent pénétrer rapidement le marché
- Proposent un choix étendu de prestations
- Font appel ponctuellement à la sous-traitance et/ou partenariat
- Ont des difficultés à coordonner les prestations
- Affichent peu de références

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- **Les « Défensifs »**

Les « Défensifs » suivent le marché et ses besoins. Ils ont d'abord initialisé et testé des prestations à partir d'une demande précise d'un client ou suite à des besoins formulés par eux.

Aujourd'hui, ils sont en phase de structuration d'une offre, dont le noyau central repose en partie sur leurs prestations traditionnelles (qu'ils maîtrisent et qui ont fait leurs preuves), et gardent une approche commerciale du marché réactive (principalement dirigée vers leurs clients existants auprès desquels ils testent leur offre).

Une fois leur offre structurée, ils engagent une démarche commerciale plus pro-active, et sont motivés par la recherche de références sur des nouvelles cibles. A ce stade, ils se positionnent comme des « Défensifs - contre-attaquants ».

[Tableau III-4]

Profil des « Défensifs »

- Ont monté une offre à la demande de leurs clients
- Investissent pour structurer leurs prestations
- S'appuient sur des prestations phares existantes pour bâtir leur offre
- Recherchent des références pour évoluer vers de nouvelles cibles

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- **Les « Protecteurs »**

Les « Protecteurs » proposent une palette de services restreinte, construite exclusivement sur leur domaine de spécialisation. Ils évoluent dans un monde fermé, celui correspondant à leur base installée dont ils ont le souci d'en préserver la maîtrise.

Ils s'orientent progressivement vers un monde ouvert tout en sachant que pour le pénétrer ils doivent créer, structurer et organiser une offre, notamment plus diversifiée que celle qu'ils peuvent présenter aujourd'hui.

Ils font face à une méconnaissance très forte, de la part de leurs prospects, des possibilités d'offre de services dont ils disposent. Il leur faut faire tomber cette barrière (psychologique ?) s'ils souhaitent attaquer de nouveaux marchés.

[Tableau III-5]

Profil des « Protecteurs »

- Ont le souci de préserver la base installée
- Etendent des services propriétaires au marché ouver
- Leur offre est à créer et à structurer
- Disposent d'une offre restreinte et sélective
- Ont recours à des compétences externes, par l'appel au partenariat ponctuel

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Structuration de l'offre à différents niveaux de maturité, démarche commerciale plus ou moins pro-active, recours à différents modes d'approvisionnement externes pour enrichir ses compétences et étendre son champ de prestations sont autant de facteurs qui mettent en évidence les efforts des prestataires pour se positionner au mieux sur le marché.

Un des moyens utilisés par certains offreurs, notamment par les sociétés de services, est de mettre en avant leur expérience d'infogérance ou de FM de grands et moyens systèmes (pour 56% des interviewés une telle offre existe déjà au sein de leur société ou de leur groupe).

Une telle expérience peut être un atout lors de la définition de l'offre, bien que, lors de la négociation avec le client, elle semble trop complète et/ou trop étendue et ne correspond pas nécessairement à des environnements distribués bâtis autour de postes de travail. Il a été observé chez les utilisateurs (cf. tome I) que le choix de prestataires de services micros n'est pas forcement leur fournisseur de FM. Au contraire, ils pourront envisager l'arrivée d'un autre offreur venant challenger celui en place, afin de ne pas mettre tout le système d'information entre les mains d'un seul prestataire et ainsi, de mieux répartir les risques. Le prestataire de services micros sélectionné n'est pas forcément celui qui fournit déjà du FM autour des grands et moyens systèmes à l'entreprise.

[Tableau III-6]

Existence d'une activité de FM grands systèmes au sein des principales catégories d'offreurs

	Dans la société	Au sein du groupe	Pas d'offre FM	Nombre d'offreurs
Constructeurs	11%	22%	67%	9
Sociétés de maintenance	-	40%	60%	5
SSII	67%	22%	11%	9
Total des offreurs	30%	26%	43%	23

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

3. Sous-traitants et partenaires : relais essentiels des fournisseurs

Chacune des quatre familles d'offreurs identifiées sur le marché des services autour des parcs micros a établi diverses relations auprès d'autres prestataires afin d'enrichir leur offre, de l'étendre et/ou de la compléter par des ressources externes. A l'appréciation de ces fournisseurs, deux grandes catégories de relations sont apparues sans qu'il soit possible d'en délimiter exactement les formes contractuelles : la sous-traitance et le partenariat. Les tableaux III-7 et III-8 présentent respectivement les différentes formes de collaboration entre offreurs et les domaines recherchés dans le cadre de ces relations.

[Tableau III-7]

Les différentes formes de collaboration entre offreurs

- Partenariats
- GIE
- Alliances
- Associations
- Clubs utilisateurs
- Sous-traitance
- Accords commerciaux croisés
- Contrats d'agrément
- Contrats spécifiques
- Essaimage

Source INPUT

[Tableau III-8]

Domaines recherchés lors de la collaboration entre offreurs
(par ordre d'importance)

• Environnement logiciels	+ + +
• Gestion de parc	+ + +
• Assistance utilisateurs	+ +
• Maintenance	+ +
• Autres : conseil, client/serveur, « downsizing », FM global, formation, inventaire, réseaux, distribution de matériels	+

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- **La sous-traitance**

Plus de deux offreurs sur trois ont mentionné faire appel à la sous-traitance sous différentes formes (appel direct à des fournisseurs, co-traitance, etc.). Le pourcentage des prestations sous-traitées par les offreurs varie de moins de 5% à 50% ! La fourchette moyenne est de 10% à 25%. L'appel à la sous-traitance est fonction de l'origine de l'offreur et de son appartenance à l'une ou l'autre des quatre grandes familles, représentées par des niveaux de structuration d'offre et des démarches commerciales plus ou moins évoluées.

Les catégories d'offreurs faisant le plus appel à la sous-traitance sont les constructeurs, les sociétés de services et les sociétés de maintenance indépendantes. En ce qui concerne les constructeurs, ils ont une antériorité certaine dans ce domaine, car leur métier initial d'industriel est fortement imprégné de ces procédés. Certaines sociétés de services se positionnent comme des intégrateurs, et font donc appel aussi bien à des ressources internes à leur groupe, si elles existent, qu'à des ressources externes. D'autres continuent à faire de la gestion de projet. Les sociétés de maintenance indépendantes sous-traitent moins que les deux catégories d'offreurs mentionnées précédemment sans doute parce qu'elles ne souhaitent pas continuer à éroder leurs marges, déjà très affaiblies sur le marché de la maintenance.

[Tableau III-9]

L'appel à la sous-traitance pour la fourniture des prestations, par catégorie d'offreurs

	Fait appel	Ne fait pas appel	Nombre d'offreurs
Constructeurs	89%	11%	9
Sociétés de maintenance	60%	40%	5
SSII	78%	22%	9
Editeurs & spécialistes	25%	75%	4
Total des offreurs	70%	30%	27

Base de calcul : sous-traitance externe au groupe d'appartenance de l'offreur ou sous-traitance interne via des filiales d'un groupe *Source INPUT*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Le tableau III-10 présente les relations de sous-traitance observées sur le marché entre les différentes catégories d'offreurs. Les éditeurs et les spécialistes sont les catégories les plus sollicitées. Il existe une réelle recherche de compétences auprès de sociétés ayant une forte spécialisation sur des créneaux particuliers, comme la connectique, la sécurité, les réseaux, le financement, etc., et/ou évoluant sur des niches (développement de macro-instructions via la hot-line, développement propriétaire, etc.). Les sociétés de services sollicitent toutes les catégories d'offreurs alors qu'elles sont peu mises à contribution par les autres acteurs.

[Tableau III-10]

Degré d'importance des relations de sous-traitance entre les différentes catégories d'offreurs

A recours à ->	Constructeurs	Sociétés de maintenance	SSII	Editeurs	Spécialistes	Distributeurs
Constructeurs		X		XX	XXX	X
Sociétés de maintenance			X	X	XXX	X
SSII	XX	XX		X	XX	XX

	Recours nul ou insignifiant	XX	Moyen
X	Faible	XXX	Important

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Les principales prestations faisant l'objet de sous-traitance entre offreurs sont présentées dans le tableau III-11. Quatre grands segments de prestations sous-traitées apparaissent.

[Tableau III-11]

Palmarès des prestations faisant l'objet de relations de sous-traitance entre offreurs
(en % des offreurs faisant appel à la sous-traitance)

Financement	58%
Formation	53%
Maintenance	47%
Achats	37%
Assistance utilisateurs	26%
Gestion de parc/inventaire	16%
Installation/déploiement	16%
Ingénierie logiciels	16%
Ingénierie réseaux	11%
Intégration dans le SI	11%
Administration de réseaux	5%

Base : 19 répondants / multi-réponses Source INPUT

- Tout d'abord, un offreur sur deux fait appel à la sous-traitance pour des prestations de financement, de formation et/ou de maintenance. Le financement apparaît comme une prestation que les offreurs préfèrent laisser à des organismes spécialisés dans ce domaine.

  Le développement de logiciels, plus complexes s'adressant à une population d'utilisateurs plus étendue et moins familiarisée avec ces solutions ont généré de nouveaux besoins et de nouveaux problèmes à résoudre que les offreurs, dans l'ensemble, ne sont pas en mesure de tous couvrir au niveau

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

de la formation. Pour y répondre, ils sollicitent principalement des sociétés spécialisées dans la formation.

Le « dumping » agressif sur les prix de maintenance des matériels et logiciels oblige certaines catégories d'offreurs à trouver des solutions moins chères (auprès de « mainteneurs tiers » par exemple) que celles qu'ils peuvent fournir en interne.

- Les achats et l'assistance utilisateurs représentent une deuxième catégorie de prestations sous-traitées. Certains offreurs souhaitent volontairement apparaître comme vecteur de distribution mais non pas comme distributeur. D'autres disposent au sein de leur société de services logistiques qui assurent cette fonction et sont en relation avec les services achats des clients. De tels interlocuteurs sont peu recontrés dans le cadre d'externalisation de services micros.

  En ce qui concerne l'assistance utilisateurs, il y a une réelle problématique pour les offreurs sur le niveau de qualité qu'ils peuvent proposer par rapport aux coûts qu'ils supportent. Ils recherchent à rentabiliser ce service, en le déléguant en partie à l'extérieur (première brique de la hot-line par exemple, ou sous-traitance auprès de sociétés spécialisées indépendantes de type « tiers hot-lineur »).

- La gestion de parc, l'inventaire, l'installation, le déploiement et l'ingénierie de logiciels sont des prestations qui semblent représenter le noyau dur de l'offre de certains fournisseurs. Certaines, telles que l'administration de parc, l'inventaire et l'ingénierie de logiciels, font davantage l'objet de partenariat que de sous-traitance.

- Il n'existe pas de réelle visibilité sur la sous-traitance des prestations d'ingénierie et d'administration de réseaux, et d'intégration de la micro au sein du système d'information, ni sur les sous-traitants pouvant les prendre en charge. Ce marché n'est pas encore suffisamment mature aujourd'hui et une majorité de prestataires ne propose que partiellement de tels services.

Les raisons de l'appel à la sous-traitance varient d'une catégorie d'offreurs à l'autre (cf. tableau III-12). Néanmoins, la recherche de compétences (en vue d'étendre la gamme de services, notamment au delà de la maintenance traditionnelle pour les sociétés de maintenance) et une meilleure maîtrise des coûts (cf. les constructeurs) en sont les deux principales. Parmi les autres raisons mentionnées, figurent entre autres, la requalification interne, la flexibilité, la recherche d'efficacité pour le client, etc.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau III-12]

Raisons de l'appel à la sous-traitance pour les trois principales catégories d'offreurs

	Compé-tences	Coût	Demande client	Proxim. Couver-ture	Spéciali-sation	Synergie autres offres	Autres
Constructeurs	50%	75%	38%	13%	-	-	25%
Sociétés de maintenance	75%	-	-	-	50%	25%	50%
SSII	33%	17%	17%	33%	-	17%	17%
Total des offreurs	50%	39%	22%	17%	11%	11%	28%

Base : 19 répondants / multi-réponses *Source INPUT*

- **Le partenariat**

Le partenariat est la deuxième possibilité dont disposent les fournisseurs pour enrichir leur offre. Le tableau III-13 présente les penchants de chaque catégorie d'offreurs pour la sous-traitance et/ou le partenariat.

[Tableau III-13]

La sous-traitance versus le partenariat pour la fourniture des prestations

Font appel ➔	A la sous-traitance	Au partenariat	Nombre d'offreurs
Constructeurs	89%	56%	9
Sociétés de maintenance	60%	80%	5
SSII	78%	56%	9
Editeurs & spécialistes	25%	100%	4
Total des offreurs	70%	67%	27

Source INPUT

Les constructeurs et sociétés de services ont la volonté de garder la maîtrise d'oeuvre de l'ensemble du projet dont ils ont la charge et sont donc plus enclins

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

à faire appel à la sous-traitance, tout en conservant une démarche transparente vis-à-vis du client. Les sociétés de maintenance indépendantes préfèrent enrichir le spectre de leurs prestations par des accords de partenariat, ce qui leur permet de garder un rôle actif dans le projet et d'échanger des pôles de compétences avec leurs partenaires. Les éditeurs et spécialistes interviennent comme partenaires des autres catégories d'offreurs. Le tableau III-14 illustre les rapprochements observés sur le marché des services autour des parcs micros et suggère certaines recommandations pour de futurs partenariats.

[Tableau III-14]

Réalités et perspectives des relations de partenariat entre les différentes catégories d'offreurs

Partenariat avec ->	Constructeurs	Sociétés de maintenance	SSII	Editeurs	Spécialistes	Distributeurs	Auditeurs	GIE/Clubs d'Utilisateurs
Constructeurs							R	
Sociétés de maintenance						R		
SSII		R						
Editeurs	R							
Spécialistes								
Distributeurs			R					
Auditeurs				R				R

Relations existantes

Relations envisagées

R — Recommandé par INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

B
Les clients et prospects des offreurs

1. Les sociétés ciblées

Le profil du client type de l'offreur est plutôt un grand compte et/ou PME-PMI avec un parc de micros conséquent, évoluant dans un environnement bureautique relativement traditionnel et opérant sur des sites plus ou moins dispersés. Le tableau III-15 et la figure III-3 présentent respectivement ce profil et les principaux secteurs d'activité des clients des fournisseurs.

[Tableau III-15]

Profil du client type de l'offreur

- Grands comptes et/ou PME-PMI
- Avec un parc supérieur à 300 micros
- Fort consommateur et adepte de la bureautique
- Ayant des sites plus ou moins dispersés

Source INPUT

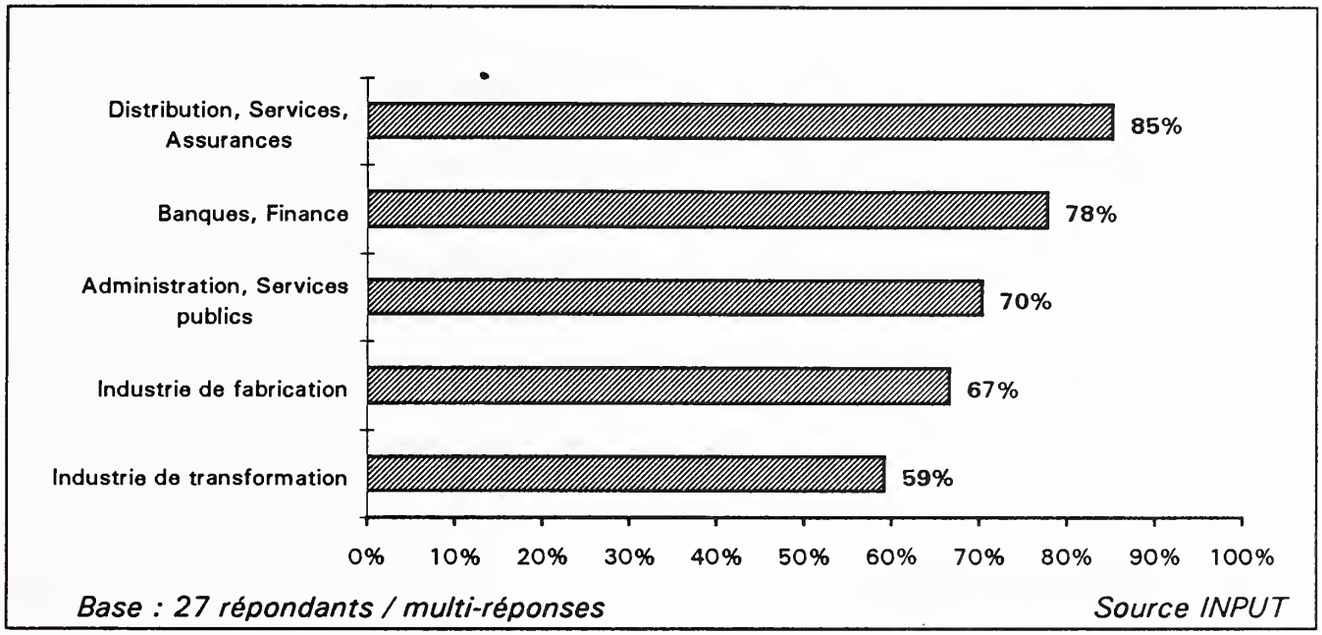
Les sociétés clientes appartiennent à des secteurs d'activité qui, curieusement, ne correspondent pas à ceux identifiés dans l'étude sur les utilisateurs (cf. tome I du programme). En effet, les entreprises adeptes de l'externalisation des services micros se retrouvent essentiellement parmi les industries de transformation et de fabrication, citées en dernière position par les offreurs.

Apparemment, lorsqu'ils mentionnent leurs clients, les fournisseurs font référence à ceux que leur société a en portefeuille et à qui elle ne délivre pas nécessairement des prestations de services micros. Ce réflexe traduit leur volonté d'étendre leur présence sur cette base existante plus facilement accessible dans un premier temps que de nouveaux comptes.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Figure III-3]

Secteurs d'activité des clients cités par les offreurs



Les principaux critères utilisés par les offreurs pour qualifier et identifier leurs prospects sont liés à la physionomie du parc installé : importance du nombre de micros, hétérogénéité du matériel (avec une préférence pour les parcs limités à 4 à 5 marques en moyenne), et taux de connexion des micros en réseau. Ce dernier critère est analysé de deux façons : soit le taux de connexion est faible et il existe alors un fort potentiel d'évolution chez le client et un besoin important d'un prestataire externe pour aider à la mise en réseau; soit il est très élevé et la société est mature pour une externalisation plus étendue, pouvant inclure les serveurs.

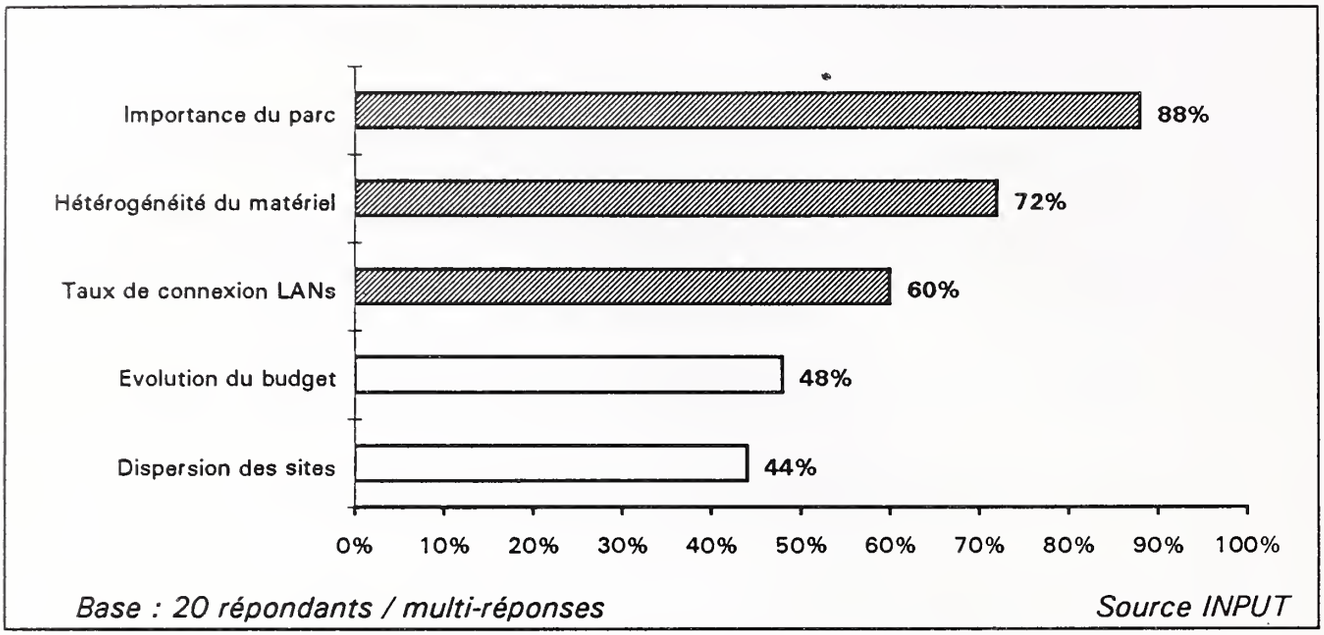
Deux autres critères d'identification ont été mentionnés par certains offreurs : la sensibilité du prospect à la notion de services (recherche d'amélioration de la qualité des services délivrés en interne, besoins clairement spécifiés en services, etc.) et l'évolution actuelle et future de sa micro-informatique (refonte des systèmes d'information de la société, migration, développement vers le client-serveur, le « groupware », la mise en réseau, etc.).

Ainsi, certains offreurs commencent-ils à revoir la segmentation de leurs marchés cibles. Elle n'est plus basée uniquement sur des critères inhérents au parc de micros mais aussi sur le niveau d'organisation et de développement de la bureautique de leurs prospects.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Figure III-4]

Principaux critères d'identification des prospects par les offreurs



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

2. Les interlocuteurs privilégiés chez les clients

Le Directeur Informatique est l'interlocuteur privilégié pour 89% des offreurs interviewés. Même s'il n'est pas le décideur unique en cas d'externalisation étendue de services micros, il intervient toujours pour les décisions stratégiques. Il initialise les opérations et donne les directives.

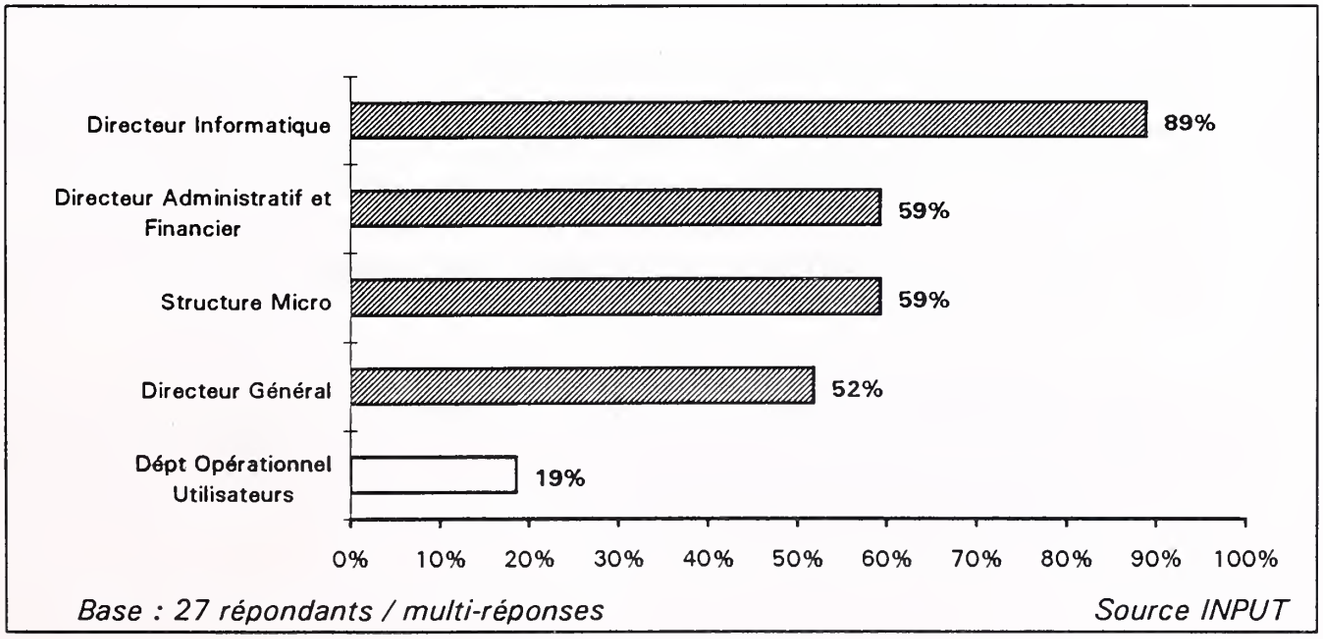
Deux autres interlocuteurs prennent une place de plus en plus prépondérante chez les clients : le Directeur Administratif et Financier (DAF) et le Directeur Général (DG). Ils représentent plus d'une mention sur deux de la part des offreurs. Le DAF intervient progressivement (son intervention est souvent considérée comme un phénomène nouveau) et ponctuellement, principalement pour la partie financière (« lease-back », rachat de parc, etc.). Le DG est présent surtout en cas d'offre étendue et plus particulièrement dans certains secteurs d'activité (la distribution par exemple).

La structure micro intervient surtout dans le cadre d'offre de services isolés et essentiellement pour l'aide à la sélection, l'organisation et la mise en oeuvre des prestations.

Les correspondants informatiques dans les directions opérationnelles et/ou la Direction des Ressources Humaines (dans le cas de reprise de personnel ou d'une externalisation complète des services micros) sont d'autres interlocuteurs ponctuels.

[Figure III-5]

Principaux interlocuteurs rencontrés par les offreurs chez leurs clients



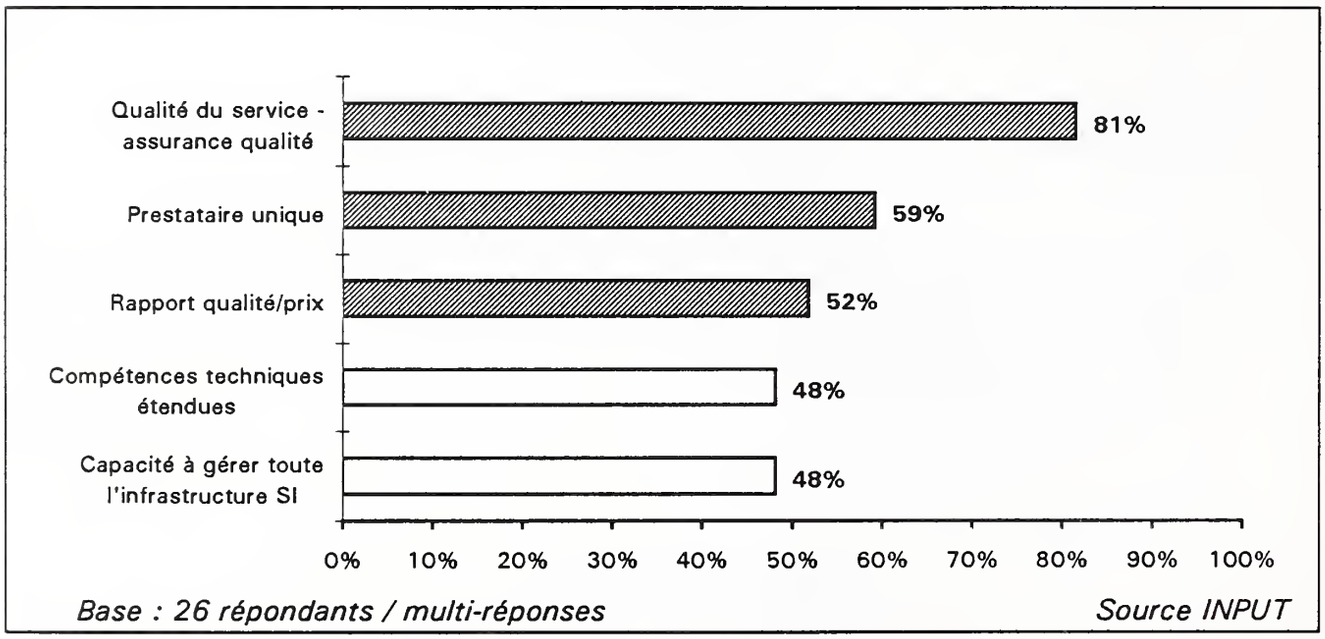
© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

3. Raisons du recours par les utilisateurs aux prestataires

Selon les offreurs, les raisons essentielles de recours à leurs prestations reposent avant tout sur la qualité du service délivré et telle que perçue par le client. Avoir un « prestataire unique » ne représente que 59% des réponses. Ceci illustre le fait que le client s'attache dans un premier temps à la qualité du service plutôt qu'à sa forme contractuelle. Ce résultat peut aussi s'expliquer par la difficulté de certains offreurs à proposer une offre structurée en tant que prestataire unique.

[Figure III-6]

Raisons du recours aux prestataires
Perception des offreurs



Les autres critères utilisés lors du choix des prestataires sont, par ordre décroissant et toujours au dire des offreurs, les suivants : la réputation et la notoriété de leur société (44%); leur expertise en conception, implémentation et déploiement (22%); le support sur site en personnel et leur degré d'indépendance (19%); les conditions financières proposées, leur connaissance des réseaux et les possibilités offertes en reprise de personnel (15%); le recours à des sous-traitants (11%); et leur couverture géographique (7%).

Certains des points les moins cités ne correspondraient-ils pas aux faiblesses « cachées » des offreurs ? C'est notamment le cas en ce qui concerne le prix des prestations qu'ils perçoivent d'ailleurs comme étant l'un des principaux freins dans leurs négociations (cf. figure III-8).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

4. Garanties demandées et étendue des prestations

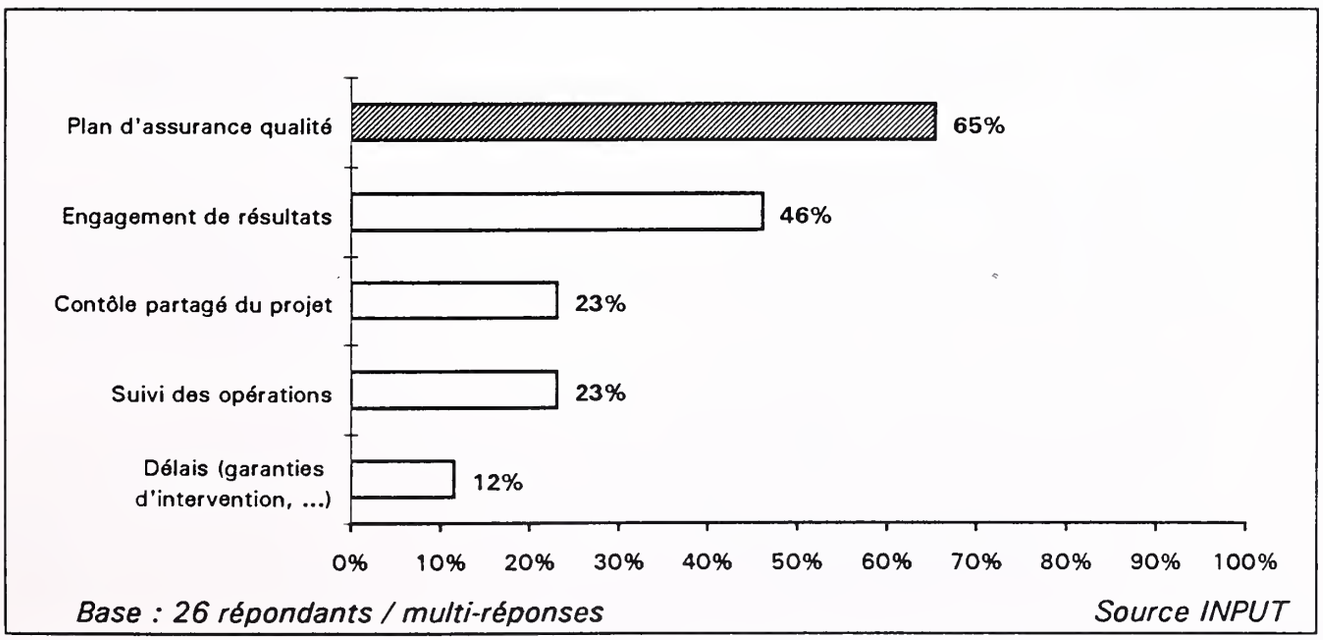
La principale garantie demandée par les clients aux offreurs est le plan d'assurance qualité (65% des réponses). Celle-ci est bien entendue en étroite corrélation avec la perception que les prestataires ont des motivations de recours de leurs clients à leurs services.

Elle doit aussi être mise en relation avec le discours actuel de nombreux offreurs qui s'appuient sur leur certification ISO 9001. Ils utilisent cette certification comme argument pour démontrer la qualité de leurs services. Cependant, on peut s'interroger sur la mise en pratique des plans d'assurance qualité dans la mesure où les garanties d'engagement sur les résultats ne totalisent que 46% des réponses. Comment, en effet, est-il possible pour les offreurs de mener à bien de tels plans de qualité sans s'engager sur les résultats ? Cette problématique peut être perçue à deux niveaux :

- soit certains offreurs ont intégré, de façon implicite, l'engagement de résultats dans le plan d'assurance qualité,
- soit cela prouve que les offreurs ne savent pas s'engager sur des résultats mais plutôt sur des moyens ou des actions, engagements explicitement mis en avant par certains d'entre eux.

[Figure III-7]

Principales garanties demandées par le client aux offreurs



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Les frontières des prestations externalisées semblent pour les offreurs sans limite. 82% d'entre eux estiment que les demandes des utilisateurs vont bien au delà des services de support techniques car elles intègrent aussi des services financiers. Au niveau des plates-formes, tous pensent que les utilisateurs sont à la recherche des services autour des réseaux et serveurs.

De tels jugements semblent très optimistes de la part des fournisseurs et il existe un déphasage entre les souhaits des offreurs (volonté d'aller le plus loin possible dans la prestation, cas des « Opportunistes » notamment) et les besoins et prédispositions actuels de bon nombre d'utilisateurs.

[Tableau III-16]

Les limites de la prestation demandée par les utilisateurs selon les offreurs

Au niveau de la prestation	
→ Financement et externalisation de la propriété	82%
→ Uniquement logistique, support matériels & logiciels	18%
Au niveau de la plate-forme	
→ Réseaux et serveurs	100%
→ Poste de travail uniquement	-

Base : 17 répondants *Source INPUT*

5. Freins rencontrés dans les négociations

Ce déphasage, au niveau de la perception de l'offre et de sa structuration, conduit à certaines incompréhensions entre utilisateurs et offreurs. Ainsi, ces derniers sont confrontés dans leurs négociations à trois principaux freins :

- le prix trop élevé des prestations. Est-ce dû à une réelle faiblesse des offreurs en matière d'élaboration des prix et/ou au fait que leurs clients, maîtrisant peu leur micro-informatique - notamment les coûts (cachés ou non) qu'elle engendre - et n'ayant donc pas de base référentielle, considèrent a priori toute prestation trop chère par rapport à l'idée (subjective) qu'ils s'en font ?

- le manque de maturité du client. Nombreux sont les fournisseurs, ayant structuré leur offre, qui évoquent ce frein. L'un des moyens qu'ils ont trouvé

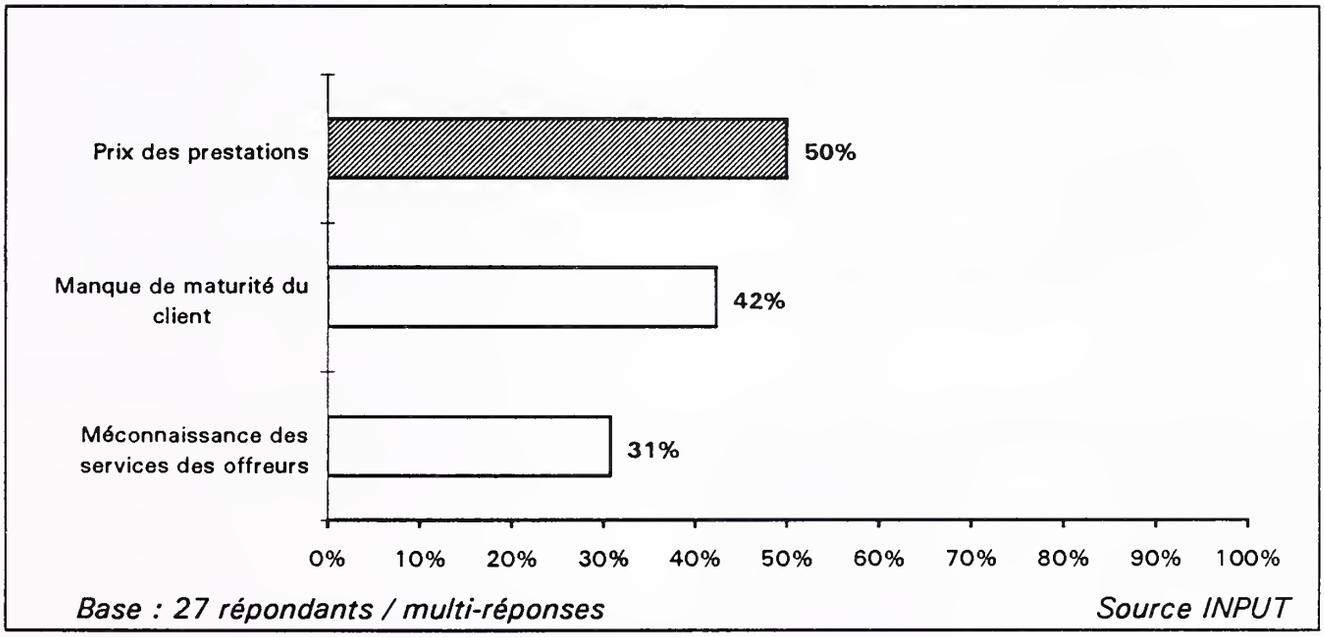
© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

pour le contourner est de se focaliser sur les prospects qui sont déjà sensibilisés aux avantages offerts par l'externalisation.

- la méconnaissance des prestations des offreurs. C'est tout particulièrement le cas pour la famille des « Protecteurs », et les offreurs nouvellement arrivés sur le marché et/ou ayant une image en correspondance avec un autre domaine d'activité comme les constructeurs.

[Figure III-8]

Principaux freins rencontrés par les offreurs dans leurs négociations



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

C
Pratiques marketing et commerciales des offreurs

1. Vers une force de vente dédiée

Plus de deux-tiers des offreurs disposent aujourd'hui d'une force de vente dédiée à la commercialisation de leurs services micros. Il est difficile de déterminer avec précision le degré de spécialisation de chacun des commerciaux et de connaître exactement la taille réelle de cette force de vente. Suivant les offreurs, la taille de la force de vente varie de 3 à 30 ingénieurs commerciaux spécialisés. Elle inclut souvent le(s) responsable(s) en charge du développement et du suivi marketing de l'offre (qui dédie(nt) une partie de son(leur) temps à sa commercialisation et sa promotion) et, dans certaines sociétés, des chargés d'affaires et des chefs de projet.

[Tableau III-17]

Les principaux vecteurs de commercialisation de services micros

	Force de vente dédiée	Commerciaux généralistes (a)	Autres (distributeurs, VARs, partenaires, ...)	Nombre d'offreurs
Constructeurs	89%	67%	44%	9
Sociétés de maintenance	80%	60%	-	5
SSII	56%	56%	22%	9
Total des offreurs	74%	66%	35%	23

Base : multi-réponses / (a) de la société et/ou du groupe *Source INPUT*

Les structures commerciales impliquées dans la vente des services micros sont très diversifiées et calquent, dans de nombreux cas, l'organisation générale de la société : organisation en fonction de métiers, appel au soutien des structures régionales, synergie avec les partenaires de la société, etc.

Pour une meilleure couverture commerciale, certains constructeurs mettent en place aujourd'hui des partenariats avec des VARs (« Value-Added Resellers »).

2. Des supports de communication encore très traditionnels

Pour soutenir la commercialisation de leurs services, les offreurs disposent de supports de communication encore très traditionnels (cf. figure III-10). Plus de la moitié d'entre eux utilisent comme vecteur principal de communication les

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

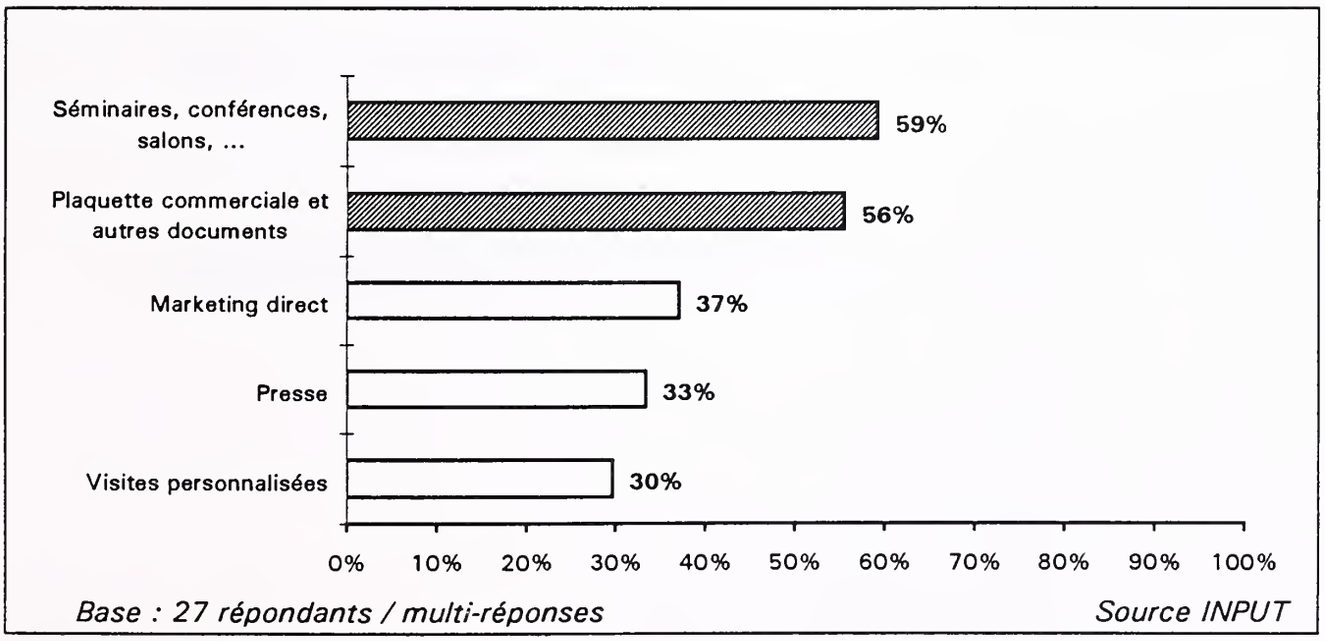
séminaires, conférences et salons spécialisés où ils pensent pouvoir le mieux, avec les présentations personnalisées, sensibiliser leurs clients et prospects à leur démarche. Seulement 56% des fournisseurs disposent de plaquette commerciale, celle-ci ne permettant pas de présenter de façon suffisamment souple et flexible les prestations de services mais peut-être aussi, parce qu'ils n'ont pas suffisamment bien clarifié leur offre.

La recommandation de la part des partenaires et les expériences des clients référencés sont deux autres vecteurs de communication mentionnés par les offreurs. Ils représentent respectivement 15% et 7% des principaux supports utilisés.

Alors qu'ils évoluent dans le monde des technologies de l'information et disposent d'un outil formidable qu'est le micro, peu d'offreurs profitent de cet environnement pour communiquer leur offre. Néanmoins, 11% d'entre eux mentionnent avoir utilisé ou utilisent aujourd'hui des supports électroniques du type vidéo animation, CD-ROM, vidéotex, consultation sur Internet, base de données informationnelles, etc.

[Figure III-9]

Supports de communication utilisés par les prestataires pour la commercialisation de leur offre



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

3. Des arguments commerciaux « techniques » avant tout

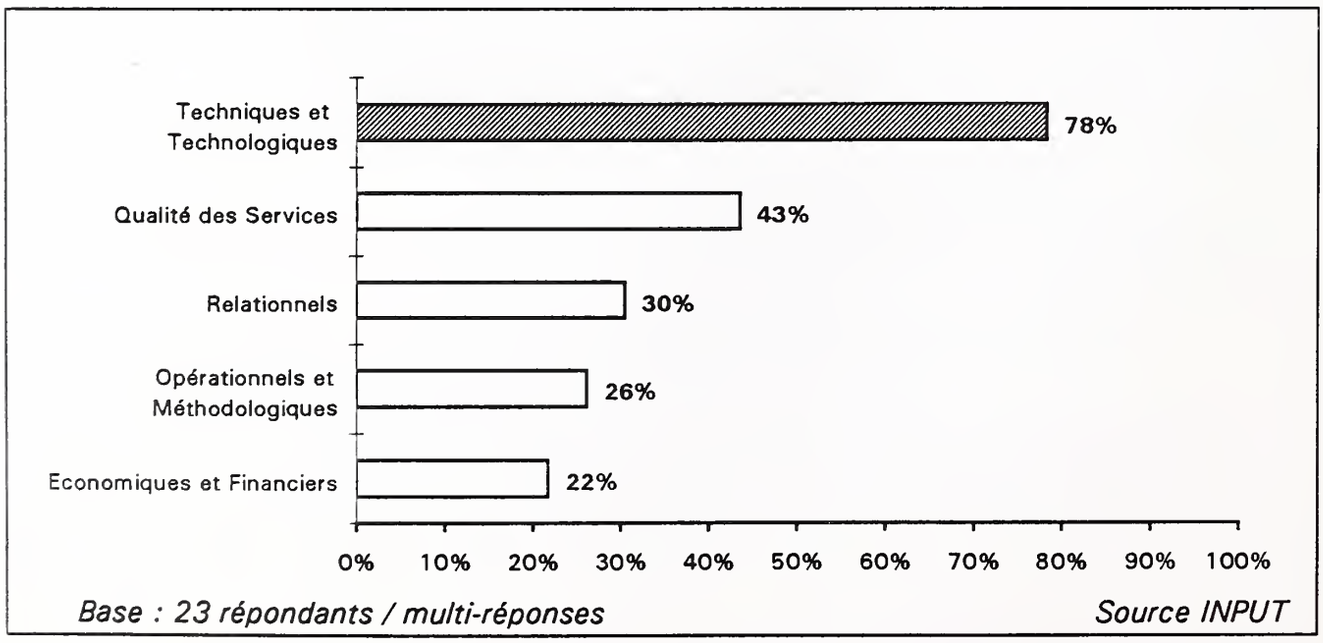
Dans leur démarche commerciale, les offreurs mettent en avant leurs points forts techniques différents et plus ou moins étendus suivant la famille à laquelle ils appartiennent. Cette démarche peut être analysée sous deux angles, éventuellement complémentaires : démontrer la valeur ajoutée de leur offre à partir d'éléments techniques la constituant et/ou se rassurer en mettant en avant les points qu'ils maîtrisent le mieux.

Le deuxième argument utilisé repose sur la qualité du service qu'ils peuvent offrir. Bien que, pour 81% d'entre eux, la qualité est un critère décisif de recours à leurs services par les clients (cf. figure III-6), seulement 43% l'utilisent comme argument commercial. Doit-on considérer que cet écart provient de leur « manque de maîtrise » de la qualité (au niveau de leurs prestations) ou qu'il leur est délicat d'argumenter sur un critère plus conceptuel et difficile à mesurer ?

Il est à noter que les offreurs placent les arguments relationnels avant ceux liés à l'opérationnel (capacités et compétences en logistique) et la méthodologie (rigueur et sérieux de la démarche). Ils considèrent essentiel de démontrer qu'ils peuvent parler le même langage que le client, comprendre ses besoins, le rassurer et le mettre en confiance.

[Figure III-10]

Arguments commerciaux utilisés par les offreurs pour commercialiser leurs prestations



© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Le coût des prestations étant le principal frein rencontré par la moitié des offreurs dans leurs négociations (cf. figure III-8), seulement un sur cinq (essentiellement ceux qui ne l'ont pas cité comme frein) l'utilise comme argument commercial. Ceci démontre la difficulté des fournisseurs à prouver, a priori chez leurs prospects, l'ampleur des économies générées par une externalisation des services micros. INPUT, dans ses analyses auprès des utilisateurs (cf. tome I du programme), essaye d'appréhender ces éléments de budget.

Les autres arguments commerciaux utilisés sont les suivants : le caractère indépendant de l'offreur et sa capacité à intervenir comme interlocuteur unique (17% des réponses); la notoriété et l'image de marque de la société (13%); la pérennité (9%); et la bonne connaissance du domaine d'activité du client (4%).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

D

Les stratégies gagnantes

Depuis les 20 derniers mois, les fournisseurs ont fait de nombreux efforts pour développer leurs offres et répondre au mieux aux attentes et besoins des utilisateurs en services micros. Ils ont néanmoins conscience qu'ils doivent encore se perfectionner et investir dans les points suivants :

[Tableau III-18]

Principales attentes à court et moyen terme des utilisateurs selon les offreurs

• Services autour des réseaux et C/S	+ + + +
• Assistance utilisateurs performante et étendue	+ + +
• Maîtrise des coûts du poste de travail	+ + +
• Administration du parc	+ +
• Support applicatif	+
• Conseil, analyse des besoins, accompagnement du client dans sa démarche	+
• Offre simplifiée et cohérente	+
• Intégration dans le système d'information	+

Source INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

En réponse à ces attentes, certains offreurs ont déjà bâti une stratégie de développement de leur offre. Le tableau suivant présente les principaux domaines d'évolution de celle-ci.

[Tableau III-19]

Principaux axes de développement stratégique des offreurs

• Vente de conseils spécifiques aux besoins du client	+ + + + +
• Appel au partenariat	+ + + + +
• Extension du champ technique et des compétences	+ + +
• Développement d'offres réseaux, client-serveur, « groupware », etc.	+ +
• Amélioration du « help desk »	+ +

Source INPUT

La majorité des offreurs n'hésitent pas à faire appel à des compétences externes lorsque celles-ci sont inexistantes ou insuffisantes au sein de leur société. Ainsi, la recherche de pôles de compétences en interne ou à travers le partenariat, autour desquels s'articulent l'ensemble des prestations de services micros, est l'une des clés de la réussite sur ce marché très atomisé.

Des axes de développement ont déjà été initialisés dans les domaines du développement applicatif, des réseaux locaux et du client-serveur (cf. tableau III-20). Des réflexions sont aussi actuellement en cours sur des aspects relatifs aux télécommunications (impact des technologies à haut débit type ATM et des autoroutes de l'information par exemple) et leur synergie avec l'informatique, et plus particulièrement la micro-informatique (via le multimédia par exemple).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau III-20]

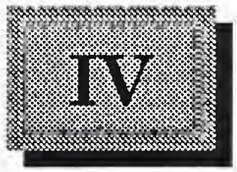
Domaine de compétences à rechercher dans le cadre de partenariat et/ou de développement de l'offre

*Compétences recherchées en -> *	Conseil	Assistance utilisateurs	Développement applicatif	Réseaux C/S	Télécom-munications
Constructeurs		R		R	R
Sociétés de maintenance	R				R
SSII		R			R
Editeurs				R	
Spécialistes	R				
Distributeurs			R	R	
Auditeurs				R	R

Existant

R — Recommandé par INPUT

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.



Profils d'offreurs

A
Profils détaillés

Ce chapitre présente les profils détaillés de 26 offreurs, parmi les plus significatifs sur le marché français (constructeurs, sociétés de maintenance indépendantes, SSII, intégrateurs, éditeurs, spécialistes, ...) ainsi qu'une description succincte de 5 autres acteurs.

Les 26 sociétés, faisant l'objet d'une analyse approfondie, ont été sélectionnées en raison de la représentativité de leur offre de services micros.

Chaque profil comprend une présentation générale de la société puis passe en revue les caractéristiques de son offre de services micros, les marchés ciblés et ses principaux axes de développement..Une synthèse en un clin d'oeil sur leur offre est donnée à la fin de chaque profil.

Les 5 autres présentations succinctes rappellent les principaux services micros offerts sur le marché par chaque acteur.

Cette sélection ne prétend pas être exhaustive, de nombreux autres offreurs ayant été identifiés sur ce marché (une liste complémentaire est fournie à la fin de ce chapitre). Certains d'entre eux n'ont commercialisé jusqu'à ce jour que des services isolés bien qu'ils soient en phase de construction d'une offre plus étendue ou qu'ils évoluent plus particulièrement dans un domaine spécialisé.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Notes importantes :

- A la lecture de certains profils, le lecteur constatera l'importance donnée au concept de « FM micro » ou d'« infogérance micro ». INPUT a souhaité respecter la terminologie utilisée par les prestataires pour présenter leur offre.

  Cette démarche est volontaire de la part d'INPUT, bien que les conclusions des recherches engagées à ce jour auprès des utilisateurs démontrent que ce concept n'attire que peu de sociétés. Les formes de prestations qui semblent les plus adaptées aux demandes actuelles des utilisateurs sont des solutions d'externalisation partielle de services.

- A la fin de chaque profil, la synthèse en un clin d'oeil sur l'offre mentionne en italique les prestations sous-traitées en partie (ex : maintenance de 2ème niveau uniquement ou 1er niveau de support hot-line) ou entièrement, et connues comme telles à ce jour, que ce soit auprès d'autres filiales du groupe ou à l'extérieur. Il est possible que d'autres prestations puissent faire l'objet d'une sous-traitance partielle ou totale mais qu'il ait été impossible de les identifier dans le cadre de l'étude.

- Bien qu'ils ne disposent pas d'une offre étendue, certains offreurs (cf. Skipper, Staff & Line, Mayday) font l'objet d'un profil détaillé du fait de l'originalité de leurs prestations.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

ALCATEL TITN ANSWARE

SSII

1 rue Galvani - BP 110
91301 Massy Cedex

Tél : (1) 69 81 11 00
Fax : (1) 69 20 15 04

Présentation de la société

Alcatel TITN Answare est une société de services, appartenant au groupe Alcatel Alsthom via ses filiales Alcatel CIT (80%) et Alcatel Business Systems (20%), qui propose des prestations d'ingénierie dans le domaine des télécommunications et de l'informatique. Son chiffre d'affaires 1993 s'élève à 920 MF, le prévisionnel 1994 est de 1 000 MF.

Sa division « Service Clients » - 3,7% du chiffre d'affaires en 1993 - regroupe les activités de maintenance et d'ingénierie de maintenance (55%), et les services micros (45%) structurés autour du progiciel GOM® (Gestion Optimisée de Moyens) et de l'offre IEP® (Ingénierie d'Exploitation de Parc).

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre d'Alcatel TITN Answare vise à assurer pour un client donné une délégation d'un certain nombre de tâches qui vont de la logistique informatique jusqu'à l'externalisation complète (conseil, gestion de parc, hot-line, intégration réseaux, ...). Cette offre est bâtie autour des 2 outils suivants :

- GOM® : progiciel de gestion de parc développé sous Oracle. Composé de 5 modules principaux (gestion de parc, suivi de parc, gestion d'intervenants, gestion de la maintenance et suivi financier du parc), il permet de maîtriser l'ensemble de la gestion d'un parc informatique dans le but d'atteindre un niveau de qualité maximale de son suivi.

- IEP® : service étendu d'exploitation de parc, au forfait, avec un chef de projet dédié encadrant les prestations, structuré autour de 4 principales briques :

  1. le service global recouvrant le support aux utilisateurs, le support à la connectivité et à l'accès aux données, et le support logistique intégrant GOM® pour la partie gestion de parc ;

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

2. le service « poste de travail » regroupant des services dédiés à l'utilisateur final tels que l'assistance bureautique, la formation, etc. ;

3. le service « maintenance étendue » assurant le bon fonctionnement et la maintenance de l'ensemble du système d'information ;

4. le service « réseaux » permettant d'administrer le « système nerveux » du système d'information.

Marchés ciblés

- Grands comptes ayant un parc de micros supérieur à 300 unités dans le cadre de GOM® et 500 pour IEP®, et en phase de refonte de l'architecture des systèmes d'information de leur société
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, administrations et services publics
- Principaux interlocuteurs chez le client : le Directeur Informatique (DI) et depuis peu, le Directeur Administratif et Financier (DAF)

Principaux atouts

Alcatel TITN Answare s'intéresse, avant tout, à la recherche de qualité des services offerts aux utilisateurs. La possibilité de proposer un progiciel propriétaire (GOM®) - ouvert, modulaire et fonctionnellement riche - et une offre de services (IEP®) font l'originalité et la force de la société.

La possibilité de gérer des architectures complexes, allant des réseaux jusqu'aux systèmes centraux, constitue aussi un point fort de l'offre. La diffusion de GOM® par le partenaire Oracle et le nom d'Alcatel contribuent à l'image de marque de l'ensemble du service.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Extension des compétences dans le domaine des réseaux (administration, exploitation, ...) et de l'exploitation de parc (télé-distribution de progiciels, ...)
- Appel au partenariat, principalement avec d'autres entités du groupe, pour développer le module financement dans l'offre de services micros

L'offre en un clin d'oeil *Alcatel TITN Answare*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	x	
➔	Maintenance	xx	
	Formation	x	
➔	Administration de parc	xxx	
	Assistance utilisateurs	x	
➔	Ing. & admin. réseaux	xxx	■
	Ingénierie logiciels	xx	
	Intégration dans le SI	xx	
	Conseil	x	
	Financement		■

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

ATHESA International

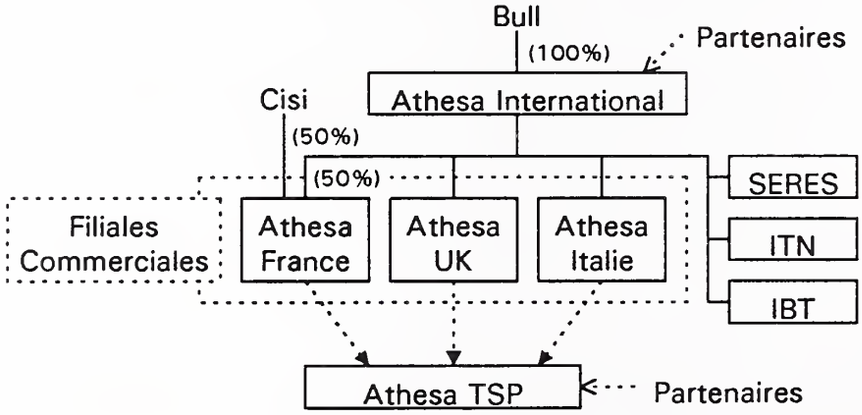
SSII

67-69 boulevard Bessières
75017 Paris

Tél : (1) 40 82 44 00
Fax : (1) 40 82 44 73

Présentation de la société

Athesa a été créée par Bull et Cisi pour mettre en commun et développer leurs activités dans le « Facilities Management ». Opérationnelle depuis le 1er janvier 1994, cette société assure des services dans trois domaines privilégiés : le « Facilities Management » de moyens et grands systèmes, l'intégration de systèmes et les services multi-vendeurs.



Source Athesa/INPUT

Le chiffre d'affaires prévisionnel 1994 est estimé à 1 200 MF, dont 50% réalisé par Athesa France et environ 50% par Athesa TSP, en incluant l'infogérance de l'informatique du CEA et de BULL.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Le positionnement initial d'Athesa repose sur une offre FM globale : reprise de l'ensemble du système d'information, allant jusqu'aux applicatifs, l'exploitation, la micro-informatique et les télécommunications.

Sans comptabiliser le contrat captif Bull, dont Athesa gère le parc, l'activité services micros devrait représenter près de 1% du C.A. en 1994.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'offre Athesa repose sur l'externalisation complète de services micros, y compris la partie réseaux (administration, « groupware »). C'est une offre qui se veut globale, s'intégrant avec le reste du système d'information. La volonté d'Athesa est d'être un intégrateur de services dont la valeur ajoutée repose sur cette démarche.

Marchés ciblés

- Grands comptes de plus de 1 000 employés, avec un parc supérieur à 500 micros
- Domaines d'activités des principaux clients : industrie de fabrication, administration et services publics
- Principaux interlocuteurs chez le client : le Directeur Général (DG) et le DAF

Principaux atouts

L'expérience acquise avec le parc interne de Bull et la synergie existante avec d'autres activités de Bull (voir profil) confèrent à Athesa une bonne marge de manoeuvre. La prise en compte du problème global du client convient davantage aux sociétés ayant déjà conduit en interne une réflexion approfondie sur leur micro-informatique.

Axes de développement

- Orientation encore plus marquée vers une offre globale multi-domaines (support applicatif, exploitation, télécommunications, ...)
- Appel au « partenariat » avec les utilisateurs - notamment à travers la possibilité offerte à ceux qui externalisent leur informatique (avec reprise du personnel et de l'infrastructure) de rentrer dans le capital d'Athesa International et de devenir partenaires à part entière de leur offreur

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Développement du module financement (leasing de parc, rachat, ...)
- Reprise de personnel

L'offre en un clin d'oeil — *Athesa International*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	x	
	Maintenance	*xx*	
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs	x	
	Ing. & admin. réseaux	x	■
	Ingénierie logiciels	xx	
➔	Intégration dans le SI	xxx	
	Financement	x	■
	Support applicatif		■
	Reprise de personnel		■
➔ FM			

© 1994 par INPUT. Reproduction interdite.

AXONE

SSII

4 avenue Montaigne
93881 Noisy-Le-Grand Cedex

Tél : (1) 49 31 67 42
Fax : (1) 45 92 03 00

Présentation de la société

Depuis janvier 1993, Axone est la filiale à part entière d'IBM France (100%). Son chiffre d'affaires 1993 est de 1 200 MF. Depuis avril de la même année, la société gère la totalité de l'informatique interne d'IBM France et s'appuie sur la reprise de cette activité pour s'affirmer sur le marché français de l'« outsourcing ».

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre d'Axone est présentée comme une offre de FM dans le domaine des systèmes distribués (jusqu'aux réseaux et serveurs) : mise à disposition de postes de travail avec tous les services qui peuvent y être associés - financement (réalisé par IBM Financement), distribution, administration de parc, ..., réseaux, ingénierie, intégration dans le système d'information, plan de communication, veille technologique, étude d'architecture, etc. Chaque prestation fait partie intégrante de l'offre.

Dans cette offre globale, le client définit d'abord le périmètre fonctionnel de ses besoins, Axone déterminant ensuite l'organisation et les configurations. Il garde les grands choix stratégiques au niveau de sa micro. Axone réalise le management du projet et l'accompagne sous la forme d'une « alliance/partenariat » basée sur le partage des bénéfices issus des améliorations technologiques.

Jusqu'en 1994, l'offre en services micros d'Axone a toujours été intégrée à des contrats de FM complets. Une offre micro indépendante a vu le jour début 1994. Elle peut très bien être réexploitée dans des contrats de FM globaux et s'adapter en réponse aux souhaits de modularité des clients.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Même si l'approche des services micros dans un contexte de FM, telle que la conçoit Axone, est différente de l'approche services d'IBM (voir profil), il semble exister une réelle synergie entre les deux offres, les deux sociétés pouvant faire appel aux compétences de chacune.

Marchés ciblés

- Grands comptes et PME, ayant un parc supérieur à 200 micros, ouverts à l'amélioration de la qualité de services, et/ou ayant engagé une réflexion au niveau stratégique débouchant sur l'élaboration d'un projet d'entreprise qui crée une rupture dans leur perception de la micro-informatique
- Domaines d'activités des principaux clients : tout secteur d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DAF, le Directeur Organisation et Informatique (DOI) ou le DI

Principaux atouts

Axone bénéficie de l'appui d'IBM et de la force de son réseau commercial. La synergie entre les différentes activités du groupe favorise, à tout niveau, les flux de compétences. La société dispose en interne d'une direction micro servant aussi les autres directions opérationnelles en cas de demande intégrée, ainsi que d'une force de vente dédiée.

Un autre facteur favorable repose sur la mise en place d'un « partenariat » avec les clients, notamment pour ceux qui souhaitent intégrer la démarche micro sous forme d'un projet d'entreprise.

Axes de développement

- Mise en place de technologies plus fiables, plus maîtrisées, plus contrôlées
- Industrialisation des modifications de progiciels et des processus d'exploitation grâce à la télé-distribution, la télé-surveillance, au télé-pilotage, etc.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Centralisation des services
- Organisation pour un meilleur service au niveau de la résolution des problèmes des clients (« help desk », base de données d'incidents, ...)
- Veille technologique

L'offre en un clin d'oeil *Axone*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*X*	
	Installation/Déploiemt.	X	
	Maintenance	*X*	
	Administration de parc	XX	
	Formation	*X*	
	Assistance utilisateurs[1]	XX	■
➔	Ing. & admin. réseaux	XXX	■
	Ingénierie logiciels	XX	
➔	Intégration dans le SI	XXX	
	Financement[2]	*X*	
	Plan de communication	X	
	Veille technologique	XX	■
➔ FM			

[1] *« help desk » centralisé*

[2] *réalisé par IBM Financement*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

BULL

CONSTRUCTEUR

68 route de Versailles
78430 Louveciennes

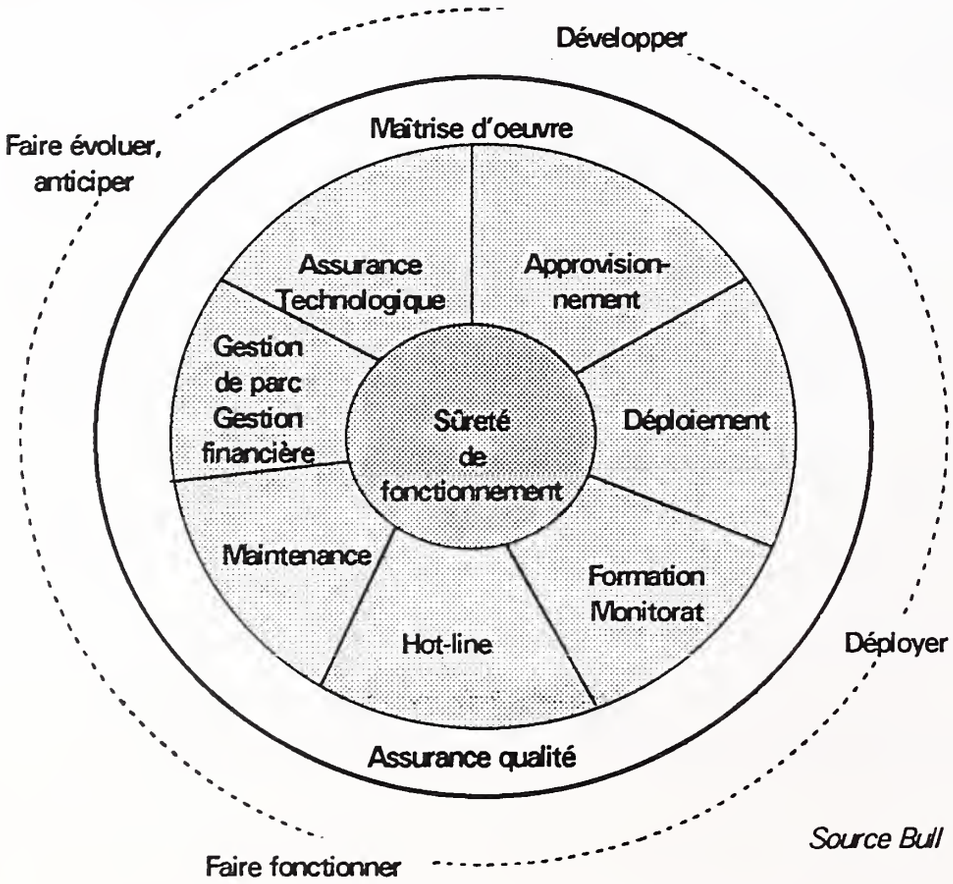
Tél : (1) 39 66 60 60
Fax : (1) 39 66 60 62

Présentation de la société

Le groupe Bull, 28 milliards de francs de chiffre d'affaires en 1993, a été l'un des premiers à structurer une offre de services micros. A travers celle-ci, Bull souhaite être perçu comme prestataire de services et non comme constructeur.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre « Services MultiVendeurs » de Bull est constituée d'un ensemble de services à valeur ajoutée liés au poste de travail bureautique (micro + imprimante + réseau) et évoluant dans un environnement distribué. Elle se veut globale tout en restant flexible et modulaire (cf. schéma).



Source Bull

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'approche de Bull s'inscrit dans le cadre d'un projet d'entreprise chez le client qui souhaite « connaître son parc pour mieux le maîtriser ». A ce titre, elle tient pleinement compte de l'environnement culturel et organisationnel de celui-ci.

Note : le tome I du programme « Les Services Micros en France », intitulé « Expériences et Stratégies des Entreprises Françaises 1994-1997 », contient une étude de cas concernant l'externalisation de la micro-informatique du groupe Elf dont Bull est aujourd'hui l'unique prestataire. Cette étude analyse la problématique soulevée par Elf et les réponses apportées par Bull dans le cadre de son offre « Services MultiVendeurs ».

Marchés ciblés

- Toute société équipée d'environ 300 postes de travail et plus
- Domaines d'activités des principaux clients : tout secteur d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DAF et le DI principalement, la structure micro et les services utilisateurs parfois

Principaux atouts

Bull a mis en place une structure commerciale spécialisée pour l'offre « Services MultiVendeurs » : commerciaux dédiés, chargés d'affaires répartis dans les réseaux de vente et chefs de projet qui bâtissent les offres. En outre, la société bénéficie de la force commerciale de l'ensemble du groupe.

La cohérence de l'offre (étendue des prestations, personnalisation de celle-ci, bonne couverture nationale, ...), la compétence des équipes internes et les nombreuses références auprès de grands comptes représentent les points forts de Bull dans ce domaine.

Axes de développement

- Mise en place de structures à l'écoute de la demande et de son évolution
- Développement de l'offre réseaux et prise en compte du monde UNIX

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'offre en un clin d'oeil *Bull*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xx	
➔	*Maintenance*	*xxx*	
	Formation	xx	
	Administration de parc	xxx	
➔	Assistance utilisateurs[1]	xxx	
	Ing. & admin. réseaux	xx	■
	Ingénierie logiciels	x	
	Intégration dans le SI	x	
	Financement[2]	*xx*	
	Assurances techno.	xx	

[1] *avec la capacité d'offrir un point d'accueil unique*

[2] *réalisé par BFS (Bull Financement Services)*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

CAP SESA HOSKYNS

SSII

5/7 avenue de Bouvines
75544 Paris Cedex 11

Tél : (1) 40 24 10 10
Fax : (1) 40 24 09 37

Présentation de la société

Cap Sesa Hoskyns est une division de Cap Sesa (groupe Cap Gemini Sogeti) en charge sur le territoire français d'une gamme de services spécialisés dans le FM, la maintenance des matériels et des réseaux, et la formation. Ces deux dernières prestations sont réalisées par les entités Cap Sesa Maintenance et Cap Sesa Formation qui évoluent dans le périmètre de Cap Sesa Hoskyns.

Le déploiement de nouvelles offres en matière d'externalisation des moyens informatiques s'est fait dans le cadre du programme Genesis, entrepris il y a deux ans au niveau du groupe. Ces offres reposent sur la gestion de parcs applicatifs - « Applications Management (AM) » - et la gestion des moyens informatiques distribués - « Distributed Computing Services (DCS) ».

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre « DCS », proposant des services autour des micros et des réseaux, est une offre transnationale basée sur la méthodologie Perform du groupe Cap Gemini Sogeti. Elle s'appuie sur trois grandes fonctions :

1. la gestion opérationnelle de services (basée sur une convention de services)
2. la notion de maître d'oeuvre (entièrement transparente)
3. le support aux utilisateurs (à travers le « help desk », notamment)

« DCS » est une offre de services modulaire, Cap Sesa Hoskyns s'engageant sur chaque module. Dans le cadre d'un projet, « DCS » devient une offre continue de services. En France, la commercialisation de « DCS » est officielle depuis fin 1994, à l'issue de la validation d'une référence (Aérospatiale, Division Missiles).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Marchés ciblés

- Toute société ayant une taille critique pour mutualiser sa micro et se posant des questions sur :

  1. le(s) changement(s) de son informatique (organisation, système d'information, « downsizing », ...)
  2. les coûts de sa micro-informatique (réduction, flexibilité, ...)
  3. la volonté de se focaliser sur son métier (intérêt à faire sous-traiter à un professionnel)

- Domaines d'activités des principaux clients : distribution et industrie

- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG, le DAF et le DI en premier lieu, la structure micro, la direction des utilisateurs et la Direction des Ressources Humaines (DRH) en second lieu

Principaux atouts

L'expérience et les compétences de Cap Sesa dans le domaine de l'assistance technique (cf. Cap Sesa Exploitation) auront sans aucun doute une incidence sur le bon développement de l'offre « DCS ».

La vision transnationale de l'offre peut répondre aux attentes de structures multinationales qui souhaitent voir leur projet se développer dans un contexte international.

L'offre « DCS » bénéficie de l'ensemble de la force de vente de Cap Sesa qui en fait la promotion. Une force de vente commerciale dédiée à la gestion des systèmes informatiques distribués est en constitution aujourd'hui et réalisera aussi le support commercial de « DCS ».

Axes de développement

- Vision des « help desks » au niveau international

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'offre en un clin d'oeil *Cap Sesa Hoskyns*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	xx	
	Maintenance	xx	
➔	*Formation*	*xxx*	
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs	xx	■
➔	Ing. & admin. réseaux	xxx	
	Ingénierie logiciels	xx	
	Intégration dans le SI	xx	
	Financement	*x*	
	Conseil	xx	

➔ FM (Hoskyns)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

DATA GENERAL France

CONSTRUCTEUR

4 avenue du Maréchal Juin
92366 Meudon-La-Forêt

Tél : (1) 40 94 60 00
Fax : (1) 46 30 06 42

Présentation de la société

Data General France a élaboré une offre en services micros en complément d'autres offres existantes et en réponse à des demandes spécifiques clients. En 1993, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 350 MF, dont 110 MF dans les services de tout type. Pour 1994, il est estimé à 370 MF (services : 120 MF).

Caractéristiques de l'offre de services micros

Data General a structuré son offre, dénommée « Gestion PC », en 10 points :

1. Maintenance équipement multi-constructeurs (micros, imprimantes, ...)
2. Maintenance logiciel (installation de base et contrôle anti-virus)
3. Gestion d'inventaire de parc
4. Conseil sur l'évolution des parcs
5. Combinaison maintenance équipement et reconditionnement
6. Gestion des problèmes de licences sur les logiciels
7. Hot-line
8. Fourniture de consommables
9. Systématisation de la mise à niveau du matériel et des logiciels
10. Fourniture de statistiques sur les points ci-dessus mentionnés

« Gestion PC » se développe aujourd'hui vers le financement de parc, plus particulièrement la location. La structure d'une offre plus étendue est en phase de réflexion pour 1995.

Marchés ciblés

- Deux profils types : client utilisateur de bureautique et souhaitant sous-traiter la gestion de sa micro; et société ayant de nombreux sites

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Domaines d'activités des principaux clients : banques, finance et distribution
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG (dans la distribution, par exemple), le DI et le Directeur d'Exploitation

Principaux atouts

La bonne couverture nationale, le savoir faire en tierce maintenance et la connaissance des secteurs bancaires et de la distribution sont les principaux atouts de l'offre. Depuis janvier 1994, Data General dispose de commerciaux dédiés à la vente de services, y compris les services micros.

Axes de développement

- Développement d'une offre de financement et de reconditionnement
- Partenariats pointus dans le domaine de la hot-line et de la formation

L'offre en un clin d'oeil *Data General*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	*xx*	
➔	*Maintenance*	*xxx*	
	Formation[1]	x	■
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs	xx	■
	Ing. & admin. réseaux	(fin 1994)	■
	Financement	(fin 1994)	■

➔ clients existants

[1] *dépend aujourd'hui de la division « Intégration de Systèmes »*

© 1994 par INPUT. Reproduction interdite.

DIGITAL EQUIPMENT France

CONSTRUCTEUR

2 rue Gaston Crémieux
BP 136
91004 Evry Cedex

Tél : (1) 69 87 51 11
Fax : (1) 69 87 54 44

Présentation de la société

Confronté à une passe difficile depuis quelques années, Digital Equipment a restructuré son organisation interne à la mi-1994. Pour relancer l'activité, la société s'était déjà engagée sur de nouveaux marchés, notamment dans le domaine des services micros qui étaient venus compléter des prestations existantes de services d'intégration.

La nouvelle organisation opérationnelle du groupe, effective au 1er janvier 1995, a pour conséquence d'éclater les diverses activités de la division « Consulting ». Désormais, les activités d'intégration de systèmes sont regroupées au sein de l'« Account Business Unit » Grands Comptes; les services d'intégration de réseaux et la formation au sein de la division « Multivendor Customer Services (MCS) » qui supervisait déjà les services de maintenance et de gestion de parc de micros; les activités de FM (y compris micro), conseil, contrats de secours et assistance d'exploitation sont réunies dans la division « Operation Management Services (OMS) » et conservent une certaine autonomie puisqu'elles sont directement rattachées à la direction générale.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Chez Digital Equipment, deux divisions interviennent dans l'élaboration de l'offre de services micros, réseaux et serveurs :

1. « MCS » dans le cadre de services de maintenance, installation, déploiement et gérance de parc. Cette dernière, baptisée « LANs Services » (« PC Integration » en anglais), se compose d'une soixantaine de briques de base. Elle repose sur des prestations traditionnelles (maintenance, formation, assistance utilisateurs - notamment à travers DECfit®, son service d'assistance téléphonique autour des progiciels et des systèmes d'exploitation, etc.) auxquelles viennent s'ajouter des services plus étendus : analyse, conception et exploitation de réseaux, câblage, assistance à l'exploitation, conseil, ...

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Fin 1994, « MCS » lance une nouvelle gamme de prestations composée de 17 boîtes de services micros (formation, maintenance, hot-line, ...) et destinée dans un premier temps aux PME-PMI. Cette offre, baptisée « Service Box », sera commercialisée par des canaux indirects (distributeurs, VARs, ...) et, à terme, pourrait toucher le marché des particuliers via la grande distribution.

2. « OMS » en réponse aux besoins de clients qui ont déjà pris une décision d'externalisation complète de leur parc de micros et élaboré un projet d'entreprise pour mener à bien cette démarche. « OMS » intervient comme maître d'oeuvre vis-à-vis du client et sous-traite certaines tâches à « MCS ». « OMS » conseille et aide aussi à la mise en place de solutions les clients qui ne savent pas comment s'orienter pour mieux maîtriser leur micro-informatique.

Marchés ciblés

- Pas de profil type, néanmoins la clientèle cible est constituée, en premier lieu, par les comptes Digital Equipment
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances et industrie de fabrication
- Principaux interlocuteurs chez le client : différents suivant l'importance du projet, mais en général le DAF, le DI, la structure micro et le service utilisateurs

Principaux atouts

La compétence de Digital Equipment autour des réseaux et leur exploitation est l'un des principaux atouts de l'offre. Les différents modes de diffusion de l'offre (structure de vente spécialisée et généraliste, grossistes, distributeurs, VARs, intégrateurs, ...) permettent d'avoir une bonne couverture commerciale.

Le nouveau programme « Service Box » destiné aux réseaux indirects permet par ailleurs de cibler des entreprises de taille moyenne.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Développement d'une offre autour des serveurs et des réseaux

L'offre en un clin d'oeil *Digital Equipment France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	x	
	Administration de parc	xxx	
	Assistance utilisateurs	xxx	
	Ing. & admin. réseaux	xx	■
	Intégration dans le SI	x	
	Financement	xx	
	Câblage	xx	
➔ clients Digital			

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

EDS

SSII

Le Guillaumet
Cedex 70
92046 Paris La Défense

Tél : (1) 46 93 46 93
Fax : (1) 46 93 41 00

Présentation de la société

En réponse à la tendance vers le « downsizing » du marché informatique, EDS a créé, fin 1993, une nouvelle unité européenne : TPD pour « Technical Products Division ». Cette unité est en charge de la fourniture de micros et de logiciels (distribution, logistique, ...) et de services pour le marché de l'informatique distribuée (support, financement, ...).

Dans le cadre d'offres de FM complet, EDS était déjà intervenu pour le compte de ses clients sur des prestations de services micros. La création de TPD en Europe fait suite à une opération similaire mise en place aux Etats-Unis. Elle confirme la stratégie d'EDS sur ce marché, à savoir « ... être un partenaire unique capable de fournir un éventail complet de produits et de services répondant aux besoins des utilisateurs ... ». Aujourd'hui, l'approche d'EDS en matière d'« outsourcing » se structure autour de quatre composantes : le FM de centres informatiques, le FM d'applications, le FM de réseaux et le FM de parcs micros.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Considérant le micro comme la terminaison nerveuse du système d'information, EDS positionne son offre à la porte des grands systèmes et met en avant le concept de « management de systèmes distribués ». Les principales actions que conduit EDS dans le cadre de son offre de services autour des parcs micros sont définies conjointement avec le client. L'approche d'EDS est personnalisée : étude avec le client de la problématique de sa micro et proposition de différentes prestations en réponse à chacun de ses besoins.

Les prestations couvertes par EDS sont étendues et intégrées dans un plan d'assurances qualité : gestion administrative et stratégique du parc, maintenance, support logiciel, administration de réseaux, télé-assistance, distribution de logiciels, sécurité, formation, conseil, intégration et déploiement.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Elles sont regroupées autour d'un point central qui peut être la hot-line ou le « help desk » - ou encore représenté par le concept « LMC - LAN Management Center ».

Ce concept repose sur une méthodologie et un certain nombre d'outils de travail qui permettent de superviser un ensemble de prestations au niveau des réseaux locaux.

En 1993, l'offre en services micro intégrée aux autres prestations représente de 3% à 4% du volume d'affaires d'EDS en France.

Marchés ciblés

- Pas de profil type, néanmoins orientation vers les grands comptes
- Domaines d'activités des principaux clients : tout domaine d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG, le DAF pour le financement, le DI et la structure micro

Principaux atouts

La mise en place d'une base méthodologique et organisationnelle permet à EDS de mettre sur pied une gestion opérationnelle accompagnant les clients dans leur évolution technologique.

L'évaluation des enjeux économiques avec le client et la personnalisation de la prestation qui en découle sont les points fort de l'offre. Par ailleurs, la structure organisationnelle d'EDS par métier (impliquant une bonne connaissance de l'environnement économique et culturel du client) et l'existence d'un directeur de compte, représentant du client chez EDS et vice versa, favorisent l'établissement de liens étroits avec celui-ci.

L'offre d'EDS peut plus particulièrement intéresser les sociétés ne souhaitant pas ou pour qui il est difficile de dissocier la stratégie micro de la stratégie informatique globale de l'entreprise.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Veille technologique, notamment dans le domaine du client/serveur (à travers la division « CSI - Client/Serveur Integration » et l'Institut Prométhéus)
- Partenariat juridique client/offreur

L'offre en un clin d'oeil *EDS*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats[1]	xx	
	Installation/Déploiemt.	xx	
	Maintenance	*xx*	
	Formation	xx	
	Administration de parc	xxx	
	Assistance utilisateurs	xx	
	Ing. & admin. réseaux	xxx	■
	Ingénierie logiciels	xx	
➔	Intégration dans le SI	xxx	
	Financement	*x*	
	Sécurité	x	
	Conseil	xx	
➔ FM			

[1] *à travers TPD*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

GSI

SSII

25 boulevard de l'Amiral Bruix
75782 Paris Cedex 16

Tél : (1) 45 02 74 75
Fax : (1) 45 00 59 43

Présentation de la société

Depuis sa fondation en 1971, GSI a basé son activité dans le domaine de la téléinformatique et des systèmes distribués. Avec le développement de la micro-informatique et l'exploitation à distance de leur propre parc de progiciels et/ou de progiciels tiers divers, GSI Télématique, filiale à part entière de GSI, a été amenée à structurer une offre en matière de télé-services autour des micros (télé-distribution, télé-support et télé-exploitation). Dans la continuité et dans le cadre de ses prestations de FM global, GSI a aussi développé une offre d'externalisation de services micros.

Avec 2 600 MF de chiffre d'affaires en 1993, dont 56% réalisés par l'« outsourcing » et la gestion d'applications, GSI se place parmi les toutes premières SSII françaises.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de GSI Télématique dans le domaine des télé-services autour des parcs de micros est supportée par l'offre MASTERX™. Elle couvre une gamme complète de services de gestion automatisée comprenant quatre types d'applications principales : installation, mise à jour, gestion de parc, et télé-opération. D'autres prestations complémentaires peuvent y être associées, telles que des services de messagerie électronique ou de télé-support (assistance téléphonique utilisateurs). Le service repose sur l'utilisation de serveurs de télé-distribution auxquels les stations micros se connectent.

L'offre étendue de GSI en services micros est, en revanche, intégrée dans des contrats de FM globaux. Elle est principalement orientée vers la valeur ajoutée apportée au client, essayant de le libérer de tout ce qui est opérationnel (i.e. maintenance traditionnelle, distribution de matériel et de progiciels, hot-line, etc.). Dans le cadre de ce service, l'offre de télé-distribution MASTERX™ est utilisée pour les services de gestion commerciale de parc et de télé-exploitation.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Les équipes gérant le FM global et la micro sont les mêmes au niveau de la société, la stratégie actuelle de GSI étant de garder ensemble ses prestations dans un même contrat avec un niveau de transparence suffisant pour le client. La volonté de GSI est de proposer à ce dernier une approche globale - avec toujours comme fil conducteur le système d'information, l'architecture client/serveur, la connexion des réseaux sur d'autres plates-formes, etc. - prenant en compte l'existant et assurant une gestion complète du parc de micros.

Néanmoins, depuis le début de l'année 1994, suite à des demandes spécifiques, GSI a été amené à proposer ponctuellement des offres micros étendues dédiées.

Marchés ciblés

- Entreprises souhaitant que leurs utilisateurs s'affranchissent de toute connaissance purement informatique
- Domaines d'activités des principaux clients : distribution, services et industrie
- Principaux interlocuteurs chez le client : au quotidien, le DI, le service utilisateurs et les correspondants informatiques sur site; ponctuellement, le DG

Principaux atouts

L'expérience et les compétences de GSI dans le métier du FM lui permettent de contrôler l'intégration de l'offre micro au sein du système d'information. L'atout principal de l'offre MASTERX™ repose sur la garantie d'une permanence de fonctionnement des équipements des utilisateurs, les libérant de toute contrainte technique et/ou organisationnelle.

Par ailleurs, l'offre en services micros bâtie à partir soit de MASTERX™, soit d'un FM global, permet à GSI d'avoir deux points d'entrée différents sur le marché.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Le « groupware »
- L'architecture client/serveur
- La sécurité

L'offre en un clin d'oeil *GSI*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	x	
	Maintenance	*x*	
	Formation	xx	
➔	Administration de parc	xxx	
➔	Assistance utilisateurs	xx	
	Ing. & admin. réseaux	xx	■
	Ingénierie logiciels	xx	
➔	Intégration dans le SI	xxx	
	Financement	*x*	
	Conseil	xx	
	Reprise de personnel	x	
	Sécurité	x	■
	Schéma directeur	xx	
➔ FM			

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

HEWLETT-PACKARD France

CONSTRUCTEUR

2 avenue du Lac
91040 Evry Cedex

Tél : (1) 69 91 80 00
Fax : (1) 69 91 86 72

Présentation de la société

HP possède une longue expérience de la maintenance autour de ses minis en plus d'une position enviable de leader mondial dans le domaine de l'impression. Devant la complexité grandissante des solutions informatiques, HP a constaté que le concept de maintenance classique, tel que le constructeur le concevait il y a quelques années, est devenu insuffisant.

En réponse aux nouvelles attentes des utilisateurs en matière de gestion de poste de travail et des périphériques associés, HP a bâti une offre générale de services micros s'appliquant à l'individu devant son poste de travail. Dans son offre, HP s'adresse à l'utilisateur final tout en essayant de respecter la stratégie des systèmes d'information de l'entreprise.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de services HP autour des postes de travail (micros + imprimantes + réseaux + applications) se veut complète, évolutive, modulable et réversible. Elle s'organise autour de trois grands axes de prestations :

1. analyse et conseil au niveau de l'intégration dans le système d'information
2. services de logistique et de financement pour les équipements
3. support utilisateur à travers de l'assistance directe ou sur site (« HP Help Desk »), de la formation, ...

Plus particulièrement, HP dispose d'une offre autour des imprimantes, baptisée « Print Facilities ».

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

En 1994, un département FM a été créé chez HP, et aujourd'hui l'offre en services micros est commercialisée, selon son étendue, par ce département ou bien par le département des services traditionnels. Des premiers contrats d'externalisation commencent à voir le jour à fin 1994.

Par ailleurs, HP est l'un des tous premiers offreurs à avoir proposé sur le marché une offre structurée de financement de parc : financement moyen et long terme, location évolutive, reprise de parc hétérogène, « lease-back », ...

Ce service, pris en charge par HP Financement, a pour mission de proposer aux sociétés des solutions de financement globales tout en leur permettant de bénéficier des évolutions technologiques du marché et ainsi les libérer de toute contrainte économique. Pour les solutions de location de matériel à court terme (une semaine à six mois), HP s'appuie sur Leasametric, filiale depuis deux ans.

Marchés ciblés

- Clients traditionnels d'HP
- Domaines d'activités des principaux clients : distribution, administration et industrie
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI et la structure micro, et depuis peu, le DAF

Principaux atouts

Grâce à sa solide assise dans le domaine de la maintenance associée à des compétences technologiques éprouvées, HP dispose d'une offre de support personnalisée avec une bonne couverture au niveau de la logistique, du financement et de l'assistance utilisateur.

Les prestations de financement intégrées et autofinancées par HP sont le point fort de l'offre, d'autant plus que le marché semble aujourd'hui considérer avec intérêt ce nouveau type de services.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Assistance aux utilisateurs, notamment par l'appel à la sous-traitance
- Développement d'un logiciel propriétaire de gestion administrative et financière de parc

L'offre en un clin d'oeil *Hewlett-Packard France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	xxx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation[1]	*xx*	
	Administration de parc	xx	■
➔	*Assistance utilisateurs*[2]	*xxx*	■
	Ing. & admin. réseaux	xx	
	Ingénierie logiciels	x	
	Intégration dans le SI	x	
	Financement[3]	*xx*	
	Conseil	x	
	Sécurité	x	
	Veille technologique	x	
➔ clients HP			

[1] *réalisée par l'Institut de Formation HP*

[2] *« HP Help Desk » assuré par le Centre de Support Technique HP (CST)*

[3] *réalisé par HP Financement*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

IBM France

CONSTRUCTEUR

Tour Descartes - La Défense 5
92400 Paris La Défense

Tél : (1) 49 05 70 00
Fax : (1) 47 89 92 34

Présentation de la société

Depuis la première incursion de la société dans les services, au milieu des années 1980, avec la création de la Direction Intégration de Systèmes, la filiale française du constructeur amplifie sa stratégie de développement si bien qu'en 1993, près de la moitié des 31 milliards de francs du chiffre d'affaires ont été générés par les services.

Depuis 1990, la Direction des Services Opérationnels (DSO), qui fait partie de la Direction des Logiciels et des Services, a lancé un programme visant à étendre le champ d'activités d'IBM France vers la fourniture de prestations de maintenance et de services pour des environnements hétérogènes. L'élaboration d'une offre micro à part entière a débuté en 1993.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre d'IBM France sur les postes de travail se compose de trois niveaux :

1. offre à la carte proposant un catalogue de « briques » où le client peut venir puiser la(les) prestation(s) de son choix
2. offre de services intégrés dans le cas où le client souhaite avoir un interlocuteur unique et rattacher l'ensemble des prestations externalisées (par exemple, maintenance, hot-line, formation et sécurisation) à une gestion de projet
3. offre globale comprenant en plus un module de financement (contrat de location - mensualisation d'une mise à disposition de machine)

Le quatrième niveau, correspondant à l'externalisation complète des services micros, est réalisé par Axone (cf. profil), qui peut néanmoins faire appel aux compétences de sa maison mère pour certains modules de son offre (maintenance par exemple).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Pour l'assistance technique spécialisée et le support téléphonique ou sur site, IBM France dispose d'un réseau de centres de compétences (« Point Service PS » par exemple) organisés par plate-forme ou par type d'activité client.

Marchés ciblés

- Toute société ayant un parc supérieur à 100 postes
- Domaines d'activités des principaux clients : banques, services et industrie
- Principaux interlocuteurs chez le client : pour les offres à la carte et de services intégrés, le DI et la structure micro; pour l'offre globale, le DAF est en plus consulté

Principaux atouts

Les compétences d'IBM France, la modularité de son offre - possibilité de passer d'un niveau de graduation à l'autre (de l'offre à la carte à l'offre de services intégrés par exemple) - et sa couverture nationale, voire internationale, en sont les principaux atouts. IBM France peut aussi compter sur l'ensemble de son réseau national de commerciaux spécialisés dans la vente des services, et formés à la vente de services micros. Des chefs de projet qui réalisent le suivi et la gestion des contrats sont en phase de spécialisation sur ces nouvelles plates-formes.

Axes de développement

- Efforts très importants en matière d'offre client/serveur
- Intégration des nouvelles technologies, type multimédia, dans l'environnement client/serveur
- Montée en compétences des collaborateurs de la société pour répondre à ces développements

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'offre en un clin d'oeil — *IBM France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	*xx*	
➔	*Maintenance*	*xxx*	
	Formation	xx	
	Administration de parc	xx	
➔	Assistance utilisateurs[1]	xxx	
	Ing. & admin. réseaux	xx	■
	Ingénierie logiciels[2]	xx	
	Intégration dans le SI[2]	x	
	Financement[3]	*xx*	
	Conseil	x	
	Sécurité	x	
	Multimédia		■

[1] *avec l'appui du « Point Service PS »*

[2] *réalisés par la structure Intégration de Systèmes d'IBM France*

[3] *réalisé par IBM Financement*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

ICL Services

CONSTRUCTEUR

24 avenue de l'Europe
BP 70
78141 Vélizy Cedex

Tél : (1) 34 65 80 70
Fax : (1) 34 65 00 82

Présentation de la société

ICL Services a été créée le 1er janvier 1994. Cette création s'inscrit dans le cadre de la stratégie européenne menée actuellement par ICL (groupe Fujitsu) et qui est structurée autour du développement de trois « business streams » :

1. « Integrated Systems » qui a pour mission d'offrir des solutions complexes à des grands comptes
2. « Technology » qui s'occupe de la vente en volume à travers des réseaux de partenaires
3. « Services » qui regroupe tous les services dont les deux premières entités ont besoin et ceux évoluant dans un monde hétérogène

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre d'ICL Services couvre aussi bien les micros que les moyens et grands systèmes. Afin de présenter logiquement l'ensemble de ses prestations au client, ICL Services a composé trois niveaux d'offre :

1. une offre élémentaire dont l'objectif est de fournir des services de base concernant l'environnement (câblage, mise en réseau, conseil, ingénierie, etc.), la mise en oeuvre (support, intégration en plate-forme, déploiement, formation, ...), la maintenance (matériel et logiciels, mise à jour de logiciels, support à l'exploitation, ...) et l'assistance (formation à travers ICL Formation, « help desk », ...). Dans cette offre, ICL Services met à disposition du client une palette de prestations qui peuvent être choisies indépendamment les unes des autres.

2. une offre de services intégrés bâtie autour de certains composants technologiques (Windows NT par exemple) ou un thème spécifique (l'intégration des postes de travail) qui sont présentés sous forme de

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

« package ». A ce jour, quatre « packages » sont disponibles : Windows NT, intégration du poste de travail, maintenance évolutive (i.e. capacité à faire évoluer le poste de travail), et « software connection » (en réponse à des besoins existants autour des logiciels tels que la gestion des licences, la mise à jour, l'utilisation, la documentation, ...). Deux autres « packages » sont en cours de finition.

3. une offre de services globale qui sera finalisée fin 1994. Elle comprend l'ensemble des prestations techniques de l'offre élémentaire associées à des services administratifs (gestion de parc, administration des achats, etc.) et financiers. L'intégration des prestations est encore plus forte à travers cette offre, proche de l'externalisation de services et adaptée au monde client/serveur, le client restant maître d'ouvrage et déléguant la maîtrise d'oeuvre.

Marchés ciblés

- Grands comptes (offre d'abord orientée vers les clients ICL, et depuis septembre 1994 ouverture à d'autres marchés)
- Domaines d'activités des principaux clients : banques, transports, grande distribution, automobile et services publics

Principaux atouts

L'appartenance au groupe Fujitsu lui conférant pérennité et solidité, la force de son réseau de distribution (certaines briques de l'offre seront commercialisées à travers le réseau de partenaires, y compris des « VARs ») complété par des ingénieurs commerciaux dédiés à la vente des offres de services, son expérience et ses compétences en maintenance sont les atouts principaux d'ICL Services sur ce marché.

Par ailleurs, l'offre de services intégrés est originale quant à sa présentation sous forme de « packages » technologiques dont l'objectif est de répondre à des besoins transversaux des clients.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Stratégie de développement externe (agréments, partenariats, alliances, ...) pour mieux maîtriser la palette des services offerts (cf. accord avec Microsoft au niveau européen) et créer ainsi des coeurs de compétences
- Actions commerciales pour attaquer les autres types de cibles (clients non ICL)

L'offre en un clin d'oeil *ICL Services*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	x	
	Administration de parc	xx	■
	Assistance utilisateurs	x	
	Ing. & admin. réseaux	x	
	Financement[1]	*x*	
	Conseil	x	

[1] *montage réalisé par d'autres entités du groupe qui peuvent faire appel à des structures financières externes*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

LA FRANÇAISE DE MAINTENANCE

SMI

Parc Club du Golf
13100 Aix-En-Provence

Tél : 16 42 16 78 00
Fax : 16 42 16 78 27

Présentation de la société

La Française de Maintenance a été créée en 1991, date à laquelle la Française des Jeux l'a filialisée. Elle est spécialisée dans la maintenance d'équipements qui représente environ 75% de son chiffre d'affaires, 217 MF en 1993 (235 MF sont prévus pour 1994).

Les matériels gagnant considérablement en fiabilité et la concurrence se faisant de plus en plus vive sur les prix, la Française de Maintenance, au même titre que certaines autres sociétés de maintenance indépendantes, a enrichi son activité de base, la maintenance, de services périphériques.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de la société repose sur la maintenance de matériels électroniques et informatiques multi-constructeurs ainsi que sur les services qui leur sont associés (essentiellement, la distribution, l'intégration, l'installation, l'assistance téléphonique, la migration et le déploiement).

Aujourd'hui, son intervention en ce qui concerne la prestation se limite avant tout à la partie logistique et au support. En revanche, en ce qui concerne la plate-forme, elle s'étend à l'ingénierie de réseaux et aux serveurs. Même si ses prestations sont étendues, aucune offre globale n'est structurée à ce jour. La société s'en tient à la gestion physique des parcs, l'ingénierie de réseaux et l'assistance aux utilisateurs.

La démarche de la Française de Maintenance repose sur une approche personnalisée, chaque commercial de la société devant définir avec le client ses besoins et les solutions qui peuvent lui être apportées.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Marchés ciblés

- Les grands comptes et les constructeurs en sous-traitance
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances, administration/services publics
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI et la structure micro

Principaux atouts

La Française de Maintenance bénéficie de l'expérience qu'elle a acquise comme prestataire auprès de sa maison mère, La Française des Jeux, et de la notoriété générée par l'ensemble du groupe. La société essaye de compenser un historique insuffisant par la mise en avant de la structure à laquelle elle appartient.

Axes de développement

- Ingénierie de réseaux

L'offre en un clin d'oeil *La Française de Maintenance*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xxx	
➔	Maintenance	xxx	
	Assistance utilisateurs	x	
	Ingénierie de réseaux	x	■

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

MAYDAY

SPECIALISTE

141 rue Jules Guesde
92304 Levallois Cedex

Tél : (1) 47 31 11 11
Fax : (1) 47 31 10 50

Présentation de la société

Mayday, société indépendante créée en 1989, est spécialisée dans le support téléphonique et télématique payant multi-éditeurs. La société supporte tous les principaux logiciels du marché.

Aujourd'hui, Mayday emploie une trentaine de salariés pour un chiffre d'affaires de 24,5 MF en 1993 (le prévisionnel pour 1994 s'établissant à 30 MF). En 1993, elle a créé une filiale dédiée à la mise à jour de logiciels, Software Line, et, afin de mieux suivre sa clientèle régionale, ouvert quatre agences commerciales (une à Bordeaux, deux à Lyon et une en Suisse).

Caractéristiques de l'offre de services micros

Les services d'assistance téléphonique logiciel offerts par Mayday couvrent les principales prestations suivantes :

- assistance téléphonique, télécopie et télématique
- maintien à niveau de logiciels (mise à jour)
- aide au choix de logiciels
- import/export de données (télé-chargement de logiciels)
- intervention réseaux

Au-delà de l'assistance téléphonique, Mayday étend ses services à l'ensemble de l'environnement logiciel : intervention sur site, service anti-virus, récupération de données, conversion de fichiers, réalisation de macro-instructions, etc.

Chaque abonné Mayday a accès aux services de la société grâce à sa carte numérotée confidentielle qui contient un crédit d'interventions. Chaque mois, Mayday fournit également au gestionnaire du compte chez le client un rapport d'activité complet qui analyse et fait la synthèse de l'ensemble des problèmes rencontrés et des solutions apportées.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Marchés ciblés

- Tout utilisateur d'un micro-ordinateur
- Domaines d'activités des principaux clients : tout secteur d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DAF car il garde en mémoire le retour sur investissement réalisé et la structure micro

Principaux atouts

Le pari de cette société est d'avoir anticipé le marché, en gardant toujours à l'esprit que, pour que la micro se développe correctement auprès des utilisateurs finaux, il fallait être plus proche de ceux-ci. Grâce à ses services et aux outils de mesure de performance qui leur sont associés, elle leur permet de se former et de s'organiser en leur assurant convivialité et confort d'utilisation. Par ailleurs, Mayday a établi des accords avec de nombreux autres fournisseurs afin qu'ils intègrent ses services à leur offre. De tels accords peuvent conduire à des montées en charge importantes et supposent des investissements.

Axes de développement

- Amélioration des outils de suivi et meilleur intégration de ceux-ci dans l'environnement micro-informatique du client
- Economies d'échelle pour offrir un service encore moins cher et accroître le champ technique pour répondre à ces développements

L'offre en un clin d'oeil *Mayday*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Formation	xx	
➔	Assistance utilisateurs	xxx	■
	Ing. & admin. réseaux	x	

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

OLIVETTI France

CONSTRUCTEUR

Rue de l'Ancien Marché
La Défense 9
92047 Paris La Défense Cedex 69

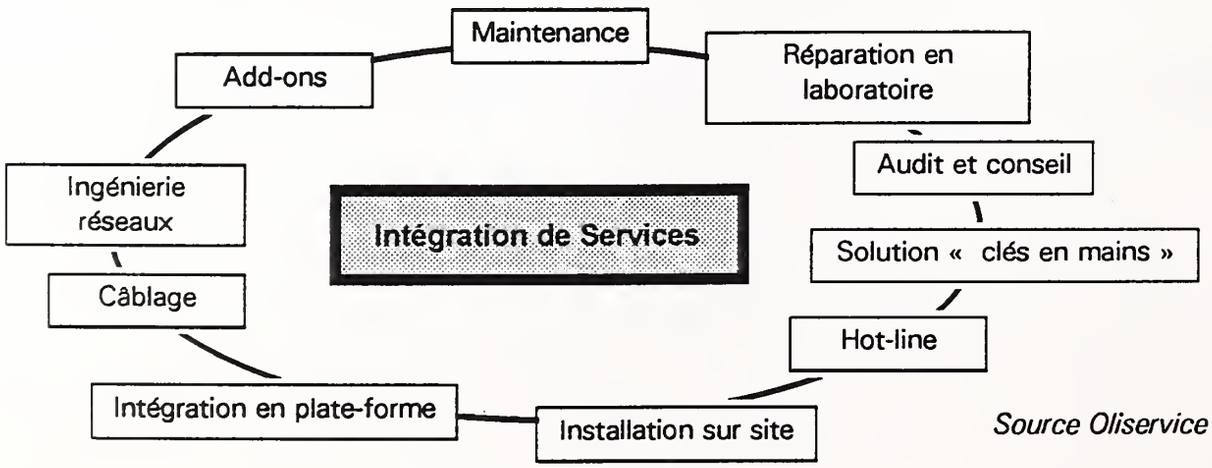
Tél : (1) 49 06 71 11
Fax : (1) 49 06 75 11

Présentation de la société

Depuis 1985, dans le cadre de sa diversification, le groupe Olivetti développe une stratégie mondiale de maintenance multi-marques et de prestations informatiques associées. Il a acquis une position de leader européen dans ce domaine. Sa division Oliservice (Olivetti Services), rattachée à la Direction de Opérations, est en charge de ces prestations qui couvrent plus particulièrement les services d'assistance (maintenance matérielle et logicielle, assistance multi-marques, etc.), les services professionnels (planification et développement des systèmes informatiques, formation, conseil, etc.) et les services d'exploitation (service d'« outsourcing » par exemple). En France, Oliservice a réalisé un chiffre d'affaires de 490 MF, la maintenance traditionnelle représentant près de 70% de cette activité.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Les domaines de compétences d'Oliservice s'étendent de la micro-informatique aux réseaux locaux, en passant par les imprimantes et la monétique (guichet automatique de billets, terminaux point de vente, etc.) et couvrent les principales prestations suivantes :



Source Oliservice

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Olivetti positionne son offre en services micros comme une offre globale ayant la principale mission suivante : offrir une gamme de services informatiques intégrés tout en adaptant les compétences et les moyens dont la société dispose aux besoins spécifiques des clients afin de partager avec eux un engagement de qualité totale.

Pour guider et accompagner ses clients dans leur réflexion et leur démarche d'externalisation, Olivetti dispose d'un guide des prestations. Il présente l'offre complète d'Olivetti dans l'exploitation de parcs informatiques autour de six points essentiels : installation, maintenance, assistance, gestion de parcs informatiques, gestion de réseaux locaux et ingénierie.

Marchés ciblés

- Grands comptes, PME-PMI
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances, administration/services publics, et industrie de transformation
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI et la structure micro

Principaux atouts

Les points forts d'Olivetti sont de quatre ordres : forte logistique à l'échelle industrielle (20 agences et 60 sites d'assistance), capillarité des réseaux national et européen, nombreux accords internationaux au sein du groupe Olivetti (étroite coopération avec Novell par exemple) et culture de service de la société.

Axes de développement

- Investissements spécifiques autour de l'offre micro et la supervision de réseaux

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Développement de l'assistance utilisateurs avec, en réflexion, un projet de hot-line au niveau mondial
- Croissance externe et appel au partenariat

L'offre en un clin d'oeil — *Olivetti France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	*xx*	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	x	
	Administration de parc	x	
	Assistance utilisateurs	xx	■
	Ing. & admin. réseaux	xxx	■
	Intégration dans le SI	xx	
	Financement[1]	*x*	
	Câblage	xx	

[1] *par l'intermédiaire de LOCMABI (société de financement commune à Olivetti et la Société Générale)*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

SIEMENS NIXDORF Information Systems

CONSTRUCTEUR

14 avenue de Beguine
BP 8298
95802 Cergy-Saint-Christophe Cedex

Tél : (1) 34 20 34 20
Fax : (1) 34 20 35 79

Présentation de la société

En 1994, Siemens Nixdorf a affirmé sa volonté de déployer ses forces sur le marché de la micro-informatique. Afin d'atteindre les objectifs qu'elle s'est assignée, la société s'est dotée de moyens et de compétences permettant de prendre en charge l'ensemble de la gestion et de l'évolution d'un parc micro-informatique (au-delà de la maintenance traditionnelle).

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de Siemens Nixdorf, dénommée « Single Source Service », s'étend des micros aux réseaux en passant par les architectures client/serveurs et autres sites hétérogènes et multi-constructeurs.

La société s'engage à prendre l'ensemble des services informatiques autour du matériel de l'entreprise. Une évaluation en est faite à partir des besoins qu'elle a émis. L'offre de Siemens Nixdorf est, par définition, construite sur mesure.

Marchés ciblés

- La base installée PME-PMI au niveau régional et les grands comptes au niveau national
- Domaines d'activités des principaux clients : banques, distribution, administration, services publics, collectivités locales, hôpitaux, réseaux de stations services
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI et la structure micro

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Principaux atouts

Siemens Nixdorf bénéficie de l'infrastructure d'un grand constructeur. A travers l'offre « Single Source Service », la société intervient comme interlocuteur unique en prenant l'engagement d'assurer la maîtrise d'oeuvre du service. Par ailleurs, pour une meilleure commercialisation de son offre, Siemens Nixdorf a créé une structure de vente dédiée.

Axes de développement

- Développement d'un programme « CustomerCare »
- Les services réseaux

L'offre en un clin d'oeil *Siemens Nixdorf Information Systems*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xx	
➔	*Maintenance*[1]	*xxx*	
	Formation[2]	*x*	
	Administration de parc	x	
	Assistance utilisateurs	x	■
	Ing. & admin. réseaux	x	■
	Financement[3]	*x*	
	Sécurité	x	

[1] *maintenance de premier niveau sous-traitée*
[2] *faite par une autre « Business Unit » de Siemens Nixdorf*
[3] *réalisé par G. VD Leasing (filiale de la société)*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

SKIPPER Finance Technologie

EDITEUR

24 boulevard Poissonnière
75009 Paris

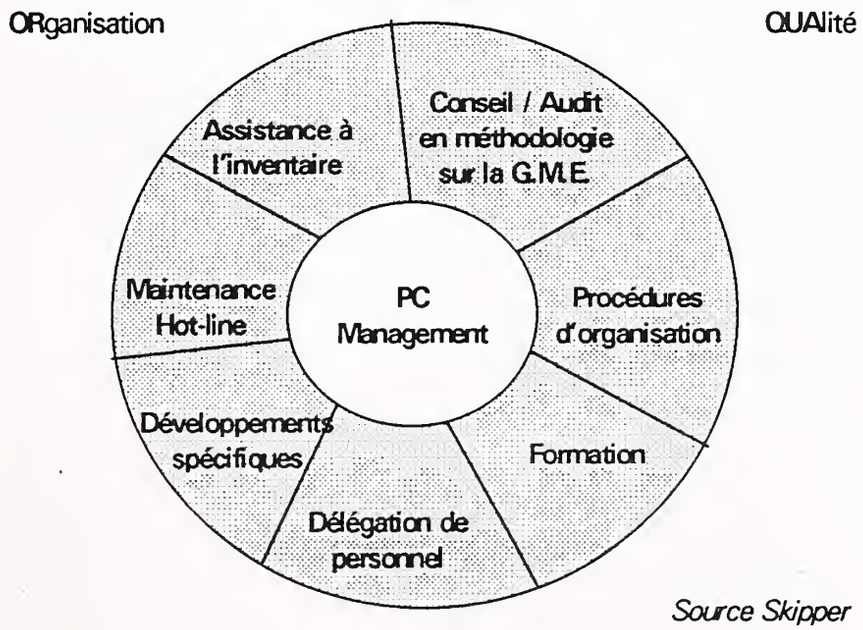
Tél : (1) 48 24 97 02
Fax : (1) 48 24 26 07

Présentation de la société

Créée en 1989, la société Skipper a développé le concept G.M.E. (Gestion des Moyens de l'Entreprise) dont la mission est de répondre aux problèmes techniques et économiques de gestion rencontrés par les différentes entités d'une entreprise. Plus connue dans le domaine financier, puisque la société étend ses compétences jusqu'à la gestion des immobilisations par exemple, elle s'est engagée dans la voie du développement de services spécifiques à la gestion de parcs informatiques.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Skipper est l'éditeur de la gamme de progiciels ORQUA qui assure la mise en cohérence des systèmes de gestion de l'entreprise. Ce concept est représenté par le schéma suivant :



Source Skipper

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

La méthodologie de Skipper repose d'abord sur une phase d'étude et d'organisation autour de la structure du parc et ensuite sur l'apport d'outils de gestion et de recensement de ce parc. Ces outils sont puisés dans la gamme de progiciels ORQUA qui peut couvrir toute la chaîne organisationnelle de l'entreprise (gestion technique, physique, financière et administrative).

Skipper dispose aujourd'hui de sept principaux modules de progiciels : Orqua/Parc (gestion de parc), Orqua/Achats (gestion des achats), Orqua/Contrats (gestion des contrats), Orqua/Consommables (gestion des fournitures et des stocks), Orqua/Audit (inventaires), Orqua/Scenarios (aide à la résolution des problèmes) et Orqua/Préventif (gestion du suivi préventif du parc).

Marchés ciblés

- Grands comptes et grosses PME-PMI (> 400-500 personnes)
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances et administration/services publics
- Principaux interlocuteurs chez le client : pour la décision, le DI; pour le choix et la sélection, la structure micro; et, progressivement, le DAF

Principaux atouts

ORQUA est un concept ouvert permettant d'appréhender quotidiennement le cycle de vie de tous les moyens de l'entreprise. Il fournit des solutions cohérentes, en terme de produits, services et conseil, aux problèmes de gestion rencontrés par l'entreprise.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Alliances dans le cadre de la stratégie de développement et l'ouverture vers de nouveaux produits et services
- Partenariats commerciaux, notamment avec des constructeurs dans le cadre de leur offre globale
- Renforcement des équipes internes par des profils pointus pour fournir du conseil

L'offre en un clin d'oeil *Skipper Finance Technologie*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats[1]	X	
	Formation[2]	XX	
➔	Administration de parc	XXX	
	Assistance utilisateurs[2]	X	
	Ingénierie logiciels		■
	Intégration dans le SI	X	■
	Conseil	X	■

[1] *distribution de logiciels du marché*
[2] *principalement sur les produits Skipper*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

SORBUS France

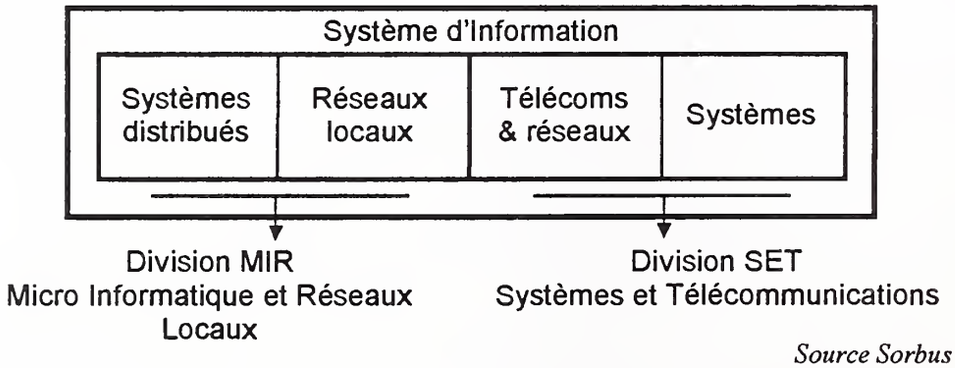
SMI

Parc du Colombier
16 rue Jules Saulnier - BP 223
93523 Saint-Denis Cedex

Tél : (1) 49 33 47 47
Fax : (1) 48 09 95 39

Présentation de la société

La société Sorbus est détenue à 51% par ICL/Fujitsu et à 49% par Bell Atlantic. En 1993, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 155 MF en France (174 MF prévus pour 1994), dont 80% dans la maintenance traditionnelle. Forte de son expérience dans la maintenance multi-marques, elle s'est rapidement engagée dans les services informatiques et propose aujourd'hui une large gamme de services élémentaires applicables, selon une segmentation donnée, à l'ensemble du système d'information de l'entreprise. Son organisation est adaptée en fonction des spécificités et des contraintes particulières de chaque segment de ce système d'information (cf. schéma).



Source Sorbus

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre d'externalisation (partielle ou totale) de services micros que propose la division MIR de Sorbus recouvre l'ensemble des services nécessaires à la gestion d'un parc bureautique. Elle intègre la couche réseaux et serveurs. Sorbus les a regroupés en deux grandes classes :

1. les services d'environnement (financement/assurances, maîtrise de parc, maîtrise des réseaux locaux, « help desk » grâce à un Centre d'Accueil Utilisateurs, ...)
2. les services de transaction (ingénierie appliquée, formation, gestion de

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

parc, gestion de produits tels que les consommables, intégration/déploiement, assistance et support, et l'administration de la propriété)

La démarche de Sorbus repose sur les principes fondamentaux suivants : le client reste maître d'ouvrage alors que Sorbus, maître d'oeuvre, met en place une politique dynamique de partenariat (notamment pour disposer de ressources sortant de son domaine d'expertise) tout en inscrivant son action dans un souci de qualité permanente.

Par ailleurs, pour gérer sa plate-forme, Sorbus a développé une architecture intégrée, au travers d'un système automatisé d'informations, qui se veut communicant, adaptable et modulable suivant les spécificités du client.

Marchés ciblés

- Sorbus découpe sa clientèle en trois segments suivant le niveau d'organisation de leur bureautique :

  1. non organisée
  2. un minimum organisée (1 à 2 personnes en charge)
  3. organisée (5 à plus de 10 personnes en charge)

- Domaines d'activités des principaux clients : tout secteur d'activités

- Principaux interlocuteurs chez le client : pour les décisions stratégiques, le DI; pour les procédures et l'organisation, la structure micro; pour la partie financière (rachat de parc), le DAF; et, en cas d'offre globale, le DG

Principaux atouts

Son appartenance au groupe ICL/Fujitsu permet à Sorbus de faire appel à des pôles de compétences complémentaires internes (cf. ICL Services, voir profil). Par sa présence nationale (28 agences) et internationale, Sorbus dispose de moyens appropriés pour répondre aux attentes de multinationales souhaitant des services étendus géographiquement tout en gardant un interlocuteur unique. En France, pour soutenir son offre, Sorbus dispose d'une force de vente dédiée à la bureautique, dont les arguments commerciaux se déclinent à travers ce que le société appelle le « PQES » (Prix, Qualité, Efficacité et Simplicité).

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Partenariat en matière de support logiciel (au niveau des systèmes d'exploitation principalement)

L'offre en un clin d'oeil *Sorbus France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Installation/Déploiemt.	xx	■
➔	Maintenance	xxx	
	Formation[1]	*x*	
	Administration de parc	xx	■
	Assistance utilisateurs	xx	
	Ing. & admin. réseaux	xx	
	Financement[1]		■

[1] *à travers des entités du groupe ICL/Fujitsu*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

STAFF & LINE

EDITEUR

Immeuble ATRIA
2 rue du Centre
93885 Noisy-Le-Grand Cedex

Tél : (1) 43 05 79 70
Fax : (1) 43 05 82 22

Présentation de la société

Créée en 1988, Staff & Line est spécialisée en « PC Management ». Editeur de progiciels, la société conseille plus particulièrement les entreprises dans la mise en place de procédures et d'outils de gestion de parc informatique.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de services de Staff & Line intervient en complément et en support des progiciels que la société développe et qui sont les suivants :

- Winpark, pour la gestion de parc
- Checkup (sous DOS et Windows) et Radar (pour Macintosh), pour les inventaires automatisés
- PC-Audit, pour les audits d'utilisation et les déterminations de taux de charge.
  Ce progiciel est un véritable outil d'aide à la décision pour les responsables qui souhaitent orienter la stratégie de leur micro-informatique vers une meilleure productivité économique tout en contrôlant l'aspect sécurité
- Appmeter, système de contrôle de l'utilisation simultanée des logiciels en réseau

Staff & Line a segmenté son support selon quatre niveaux :

- Inventaire matériel et logiciel
  (identification, marquage des machines et localisation)
- Délégation de gestionnaires de parc
  (représentée aujourd'hui par de l'assistance à la mise en route)
- Formation sur leurs supports et sur leur méthodologie de gestion de parc
- Audit d'utilisation (depuis mars 1994)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Marchés ciblés

- Grands consommateurs de micro-informatique comme le secteur tertiaire (transport, restauration, banques et assurances)
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances et administration/services publics
- Principaux interlocuteurs chez le client : pour l'initialisation des opérations et les directives, le DI; pour la mise en application, la structure micro

Principaux atouts

Partant du postulat qu'il est nécessaire pour toute entreprise d'avoir un état de l'art de son parc micro dans chaque cas de contrat de maintenance matériel et/ou logiciels, la démarche de Staff & Line d'accompagner le client (au niveau humain et savoir-faire) dans sa stratégie de développement micro est novatrice et fait la force de son offre.

Axes de développement

- Automatisation des procédures d'inventaire
- Réflexion sur des services de télé-distribution de progiciels
- Réflexion sur une offre de services de type « abonnement »

L'offre en un clin d'oeil *Staff & Line*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Installation/Déploiemt.	X	
	Formation	XX	
→	Administration de parc	XXX	

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

TASQ International

SMI

ZA de l'Esplanade
77400 Saint-Thibaut-Des-Vignes

Tél : (1) 64 12 61 20
Fax : (1) 64 12 62 99

Présentation de la société

Créée en 1991, la société Tasq International est filiale à 97% (au 1er sept. 1994) de CLIO, holding portant les participations du Crédit Lyonnais dans l'informatique.

Spécialisée dans la maintenance GAB/DAB, micro- et mini-informatique qui représente deux-tiers de son chiffre d'affaires (235 MF pour 1993 et 220 MF prévisionnel pour 1994), elle a étendu ses compétences à tous les domaines de l'exploitation informatique : de l'ingénierie de réseaux à l'intégration de configurations matériels et logiciels.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Le coeur de l'offre de Tasq International en services micros repose sur un service de maintenance (sur site, en agence ou avec détachement de personnel), complété par des services à valeur ajoutée. Ces services concernent aussi bien la gestion des incidents, la gestion de parc, les mouvements de configuration que la gestion de l'environnement (câblage, mise en réseau, ...) et l'assistance logiciels.

A partir d'un projet d'informatisation micro chez le client, Tasq International peut compléter son offre par du conseil (en suivi de parc par exemple), la conception de schéma directeur et la réalisation d'architecture.

Aujourd'hui, la société limite son intervention à la partie logistique et au support en ce qui concerne la prestation. Pour la plate-forme, elle s'oriente vers l'intégration des réseaux et les serveurs.

Tasq International collabore en sous-traitance ou co-traitance étroite avec de nombreux constructeurs, SSII et distributeurs qui intègrent ses compétences dans le cadre d'offre plus étendue.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Marchés ciblés

- Profil défini par secteur d'activité - grands comptes essentiellement
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, administration/services publics, et industrie de fabrication
- Principaux interlocuteurs chez le client : premièrement, la structure micro; deuxièmement, le DI; et troisièmement, le DAF

Principaux atouts

Tasq International communique sur la vente-conseil et l'image de qualité des services qu'elle propose. L'expérience acquise dans les services de maintenance traditionnelle lui permet d'établir des relations de confiance avec ses clients.

Axes de développement

- Mise en place d'un plan qualité et implication du client dans cette démarche
- Proposition d'une offre modulable fin 1994
- Adaptation de la prestation aux besoins du client afin de pérenniser l'outil de production qu'est le micro

L'offre en un clin d'oeil *Tasq International*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Installation/Déploiemt.	XX	
➔	Maintenance	XXX	
	Administration de parc	X	
	Assistance utilisateurs	X	
	Ingénierie de réseaux	X	

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

TELCI

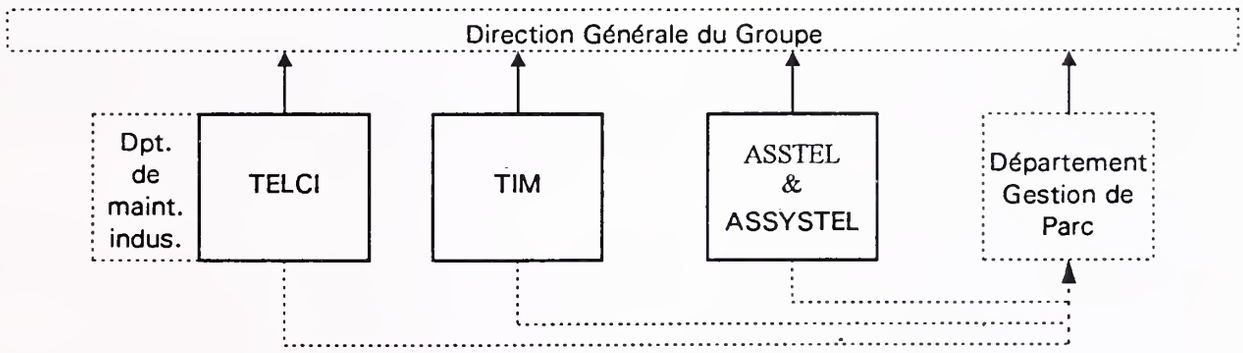
SMI

61 rue du Faubourg Montmartre
75009 Paris

Tél : (1) 42 85 01 64
Fax : (1) 49 95 98 32

Présentation de la société

Mi-1994 a été créé le Groupe TELCI (dont le GAN détient 34%), spécialisé dans la maintenance informatique. Suite à une étude approfondie des besoins clients, le groupe a récemment structuré une offre en gestion de parc micro-informatique (G.P.M.) et créé un département spécialisé dans le développement et la commercialisation de celle-ci. La nouvelle organisation mise en place permet de regrouper au sein d'une même structure des entités (TELCI, TIM, ASSTEL, ...) ayant des pôles de compétences complémentaires. Le département dédié à la gestion de parc vient y puiser ses ressources (cf. schéma).



Source TELCI/INPUT

Caractéristiques de l'offre de services micros

La solution d'« infogérance » de parcs micros de TELCI s'articule autour de trois points :

1. le financement par l'intermédiaire d'une société spécialisée agissant pour TELCI
2. les multi-services de gestion de parc (conseil, ingénierie, déploiement, inventaire, hot-line, maintenance, administration de parc, gestion des ressources humaines à travers de la formation par exemple, ...)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

3. la communication (« workgroup », messagerie électronique, ...)

L'offre de TELCI, commercialisée à partir de fin 1994, dispose de points d'entrée multiples et déclinables selon la demande des clients.

Marchés ciblés

- Gros parcs de micros : de 3 000 à 5 000 micros pour les grands comptes et de 800 à 1 000 micros pour les autres
- Domaines d'activités des principaux clients : banques, assurances et industrie de transformation
- Principaux interlocuteurs chez le client : les responsables informatiques, le DI et le DG si besoin

Principaux atouts

Construite à partir d'une analyse pointue, l'offre de TELCI s'inscrit dans le cadre d'une démarche cohérente, pratique et pragmatique soutenue par l'expérience que la société a acquise dans la maintenance micros.

L'utilisation pour la commercialisation de l'offre de vecteurs de communication originaux (vidéo d'une réunion d'utilisateurs présentant leurs besoins et les réponses que TELCI peut apporter, présentation sur CD-ROM, etc.) en complément de méthodes plus traditionnelles mettent en valeur la dynamique de la démarche marketing de la société.

Axes de développement

- Elargir l'offre sur les parties financement, ingénierie et intégration dans le système d'information, soit par des accords externes, soit en interne par une extension du champ de compétences

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Mieux appréhender les besoins des clients et améliorer la qualité de service
- Sauvegarder sa capacité d'autofinancement

L'offre en un clin d'oeil *TELCI*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xxx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	*x*	
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs[1]	*x*	
	Ingénierie de réseaux	x	
	Intégration dans le SI		■
	Financement[2]	*x*	
	Conseil	x	
	Communication d'entreprise[3]	xx	

[1] *réalisée par Mayday*

[2] *à travers EFSI et les structures du GAN*

[3] *sur des supports tels que le Minitel, l'imagerie, la messagerie électronique, la vidéo communication, ...*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

TELESYSTEMES

SSII

Le Capitole
55 avenue des Champs Pierreux
92029 Nanterre Cedex

Tél : (1) 46 14 50 00
Fax : (1) 46 14 50 11

Présentation de la société

Télésystèmes, société du Groupe France Telecom, intervient sur le développement et la mise en oeuvre de systèmes d'information. En réponse aux nouveaux besoins associés à la micro-informatique et aux architectures client/serveurs et de systèmes répartis, Télésystèmes a développé des compétences dans le domaine de la micro et des réseaux.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Prendre en compte et gérer des micros et des systèmes répartis (connectés en réseau local et/ou à une informatique de production) est une opération que Télésystèmes pratique déjà dans le cadre de prestations d'infogérance/ FM global.

En 1994, la Direction FM et Services a créé un département plus spécifiquement en charge des services pour les environnements distribués, et comprenant les micros dont une offre dédiée est en cours de développement. Ce département propose des prestations liées à la technologie et à l'utilisation de la micro-informatique tout en assurant la garantie d'un niveau de service et un fonctionnement continu du système d'information. Ces prestations s'appliquent aussi bien aux micros qu'aux stations et postes de travail, réseaux et serveurs associés.

Les principales prestations offertes couvrent l'installation et le déploiement, la maintenance applicative, l'ingénierie et l'administration de réseaux, l'ingénierie de logiciels.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

D'autres prestations, telles que la maintenance matérielle, l'assistance utilisateurs, le conseil, la veille technologique, l'intégration dans le système d'information, etc., sont aussi réalisées dans le cadre d'une offre plus large et souvent en complément des activités de la Direction Ingénierie et Intégration de Systèmes.

Marchés ciblés

- Pas de profil spécifique
- Domaines d'activités des principaux clients : administration/services publics, industrie et audiovisuel
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI et le DG

Principaux atouts

Télésystèmes bénéficie d'une longue expérience en FM qui lui a permis de concevoir sa démarche micro à partir d'une approche globale.

Sa capacité à prendre en compte des configurations hétérogènes tant en terme de technologie des plates-formes qu'en terme d'organisation (décentralisée/centralisée) et ses compétences dans le domaine des réseaux (réseaux locaux et/ou réseaux privés d'entreprise) sont les points de différentiations de son offre, notamment par rapport aux constructeurs et sociétés de maintenance indépendantes. Sa bonne implantation régionale en France (12 agences) est un atout de proximité.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Modulariser les prestations afin de « déshabiller le profil de FMeur »
- Valoriser les solutions apportées au client
- Monter une offre dédiée micro
- Développer le partenariat avec comme objectif la mise en commun des ressources et du savoir-faire de chacun

L'offre en un clin d'oeil *Télésystèmes*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*X*	
	Installation/Déploiemt.[1]	XX	
	Maintenance	*XX*	
	Formation	*XX*	
	Administration de parc	X	
	Assistance utilisateurs	XX	
➔	Ing. & admin. réseaux[1]	XXX	
	Ingénierie logiciels[1]	XX	
	Intégration dans le SI[1]	XXX	
	Financement	*X*	
➔ FM			

[1] *prestations réalisées dans le cadre d'un contrat hors FM global*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

THALES Groupe SLIGOS

SSII

1 avenue Newton
BP 207
92142 Clamart Cedex

Tél : (1) 41 28 43 69
Fax : (1) 41 28 46 49

Présentation de la société

En janvier 1994, Sligos, qui compte parmi les grandes SSII européennes, a créé la société Thalès pour développer et commercialiser son offre de services micros, dénommée « Facilités-Micro™ », dont le concept existe depuis 1992.

Thalès se positionne comme un intégrateur de compétences, qui sont en fait des ressources, issues des différentes spécialités techniques existantes au sein du Groupe Sligos. Ces compétences proviennent de CMG pour la distribution des matériels et logiciels, SMX pour la maintenance, l'installation et le déploiement, Marben pour l'ingénierie et l'administration de réseaux ainsi que certains aspects relatifs à la mise en place de télé-services informatiques (télé-distribution, télé-pilotage, etc.) et Sligos pour la formation et l'ingénierie logiciels. Les compétences intégrées par Thalès couvrent les architectures distribuées (postes de travail, micros, stations UNIX, réseaux locaux et serveurs).

Caractéristiques de l'offre de services micros

« Facilités-Micro™ » repose sur une approche méthodique et organisée. C'est une offre bâtie autour de six principaux modules de services :

- le conseil (définition des postes de travail, mise en place des normes et des procédures, veille technologique, etc.)
- l'accueil (permanence de l'accueil des demandes d'assistance)
- la logistique (suivi technique et administratif, ..., approvisionnement, financement)
- l'analyse (des résultats sous forme de synthèse d'activité, mesure de qualité, etc.)
- l'évolution (des profils du personnel pour le préparer à de nouveaux métiers)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

L'ensemble des prestations proposées au sein de « Facilités-Micro™ » est géré par une co-traitance interne reposant sur des conventions de services qui régissent les relations et les engagements.

Thalès intervient en direct pour les services de conseil, d'administration de parc et d'inventaire, d'intégration dans le système d'information, et conjointement avec Marben pour les télé-services informatiques. « Facilités-Micro™ » est une offre modulaire et « packagée » qui peut aller de la simple intervention ponctuelle au mandat de gestion, Thalès intervenant comme maître d'oeuvre.

Marchés ciblés

- Grands comptes confrontés à l'évolution stratégique de leur système d'information (« downsizing », « groupware », réseaux, etc.)
- Domaines d'activités des principaux clients : banques, services, industrie
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG, le DAF, le DI et le DRH ou la Direction Utilisatrice

Principaux atouts

Reposant sur une convention de service avec engagement de résultats (qualité et disponibilité), « Facilités-Micro™ » dispose de tous les éléments nécessaires au montage d'une offre s'apparentant au « Facilities Management ». Elle intègre aussi un module financement qui est effectué par SLIBAIL, filiale du Crédit Lyonnais.

La création de Thalès a sans doute permis de faciliter le processus de convergence des pôles de compétences et des ressources existants au sein du Groupe Sligos, et sur lequel repose « Facilités-Micro™ ». Par ailleurs, la complémentarité effective avec la structure de Sligos en charge du FM (DSTE) est un atout dans le cadre du montage de grand projet.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Diffusion de l'offre via des partenaires, en complément des commerciaux du Groupe

L'offre en un clin d'oeil *Thalès Groupe Sligos*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats[1]	*xx*	
	Installation/Déploiemt.[2]	*xx*	
	Maintenance[2]	*xx*	
	Formation[3]	*xx*	
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs[4]	*xx*	
	Ing. & admin. réseaux[5]	*xx*	
	Ingénierie logiciels[3]	*xx*	
	Intégration dans le SI	xx	
	Financement[6]	*xx*	
	Conseil	xx	
	Télé-services info.[7]	*x*	
➔ FM (Sligos)			

[1] *à travers CMG*
[2] *à travers SMX*
[3] *à travers Sligos et/ou d'autres structures internes*
[4] *chaque entité du Groupe Sligos + une centralisée*
[5] *à travers Marben*
[6] *à travers SLIBAIL*
[7] *Thalès + Marben*

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

THOMAINFOR-SPECTRAL

SMI

3/5 avenue Morane Saulnier
BP 26
78142 Vélizy Villacoublay Cedex

Tél : (1) 30 70 77 00
Fax : (1) 30 70 78 70

Présentation de la société

Thomainfor-Spectral est filiale à 100% de Thomson-CSF au sein de la branche « Service Informatique ». Partant de son métier de base, la maintenance, la société a développé un ensemble de services liés à l'exploitation des sites informatiques. En 1993, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 905 MF.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Fin 1992, Thomainfor-Spectral a lancé une offre, dénommée « Facilities Services® », qui propose des prestations de conseil et de services associés à l'exploitation de parcs (micros, stations et serveurs).

La problématique à laquelle la société essaye de répondre à travers son offre est de quatre ordres : économique (maîtrise des coûts et des budgets), opérationnel (qualité du service et disponibilité des moyens), stratégique (réactivité du système d'information) et technologique (maîtrise des choix technologiques).

Le contenu de « Facilities Services® » est défini au cas par cas et peut être évolutif puisqu'il s'articule autour d'un ensemble de modules de base :

- le service de support aux utilisateurs
- la gestion de parc matériels et logiciels
- l'intégration et le déploiement de matériels
- l'administration des serveurs et réseaux
- la maintenance de parcs hétérogènes

L'offre « Facilities Services® » peut aussi inclure du transfert de propriété et de la reprise de personnel. Elle repose sur une tarification forfaitaire des prestations et comprend des engagements de résultats ainsi que des clauses de réversibilité.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

La mise en place des prestations offertes dans le cadre de « Facilities Services® » se fait selon trois phases, clés de voûte de la méthodologie de Thomainfor-Spectral :

1. une phase initiale de définition commune et d'analyse de l'existant (définition des domaines d'intervention, des indicateurs à prendre en compte, des choix techniques à effectuer, et création des comités de pilotage et exécutif)
2. une phase transitoire de mise en oeuvre qui permet le lancement progressif de l'opération (transfert de connaissances, prestations pilotes, sensibilisation des utilisateurs à l'opération, montage du plan de qualité)
3. une phase opérationnelle d'exploitation au cours de laquelle les prestations et les ressources mises en place sont validées (engagements de résultats effectifs et contrôlés selon le plan de qualité établi avec le client)

Marchés ciblés

- Toute société ayant un parc supérieur à 300 micros
- Domaines d'activités des principaux clients : tout domaine d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG pour la prise de décision, le DI et le DAF

Principaux atouts

Les principaux atouts de Thomainfor-Spectral reposent sur l'expérience que la société a acquise depuis deux ans dans la gestion de parcs hétérogènes et sur ses compétences en environnement multi-marques héritées de son métier de base qu'est la maintenance.

Par ailleurs, la société s'appuie sur une forte logistique industrielle (centre d'appels intégré, plates-formes d'intégration permettant d'accueillir les projets de déploiement, etc.) associée à une bonne couverture géographique et de nombreuses implantations techniques garantissant un service de proximité.

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Axes de développement

- Traitement des problèmes sans aucune distinction au niveau des équipements, des logiciels, etc., et au niveau de l'intervenant : développement de la notion de continuité de services

L'offre en un clin d'oeil *Thomainfor-Spectral*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	*x*	
	Installation/Déploiemt.	xxx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	(lancement)	■
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs	*x*	■
	Ing. & admin. réseaux	xx	
	Intégration dans le SI	x	
	Financement	*x*	■
	Délégation de person.	xx	

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

UNISYS FRANCE

CONSTRUCTEUR

Centre d'Affaires de la Défense
7 boulevard des Bouvets
92027 Nanterre Cedex

Tél : (1) 30 73 37 37
Fax : (1) 30 38 40 25

Présentation de la société

Unisys a lancé « Totality Service », programme qui regroupe l'ensemble des prestations de services de la société : conseil, développement, intégration, formation, maintenance, ingénierie de réseaux, « outsourcing », etc.

En continuité et synergie avec son activité de maintenance multi-constructeurs qui propose des offres de services dénommées « A la Carte » et « M.V.S. » et dans le cadre du programme « Totality Service », Unisys a développé, courant 1993, une offre d'externalisation de services micros.

Caractéristiques de l'offre de services micros

Le programme d'Unisys en charge de l'offre de services micros se dénomme « Concerto ». Il repose sur un accord tripartite « client/Unisys/CERL », cette dernière société étant en charge du montage des modules financiers. Il regroupe toutes les prestations liées à l'acquisition, au financement (rachat de parc, location évolutive), à la gestion (administration de parc, installation, hot-line, etc.), à l'entretien (maintenance, mise à niveau matériel et logiciels) et au renouvellement d'un parc de micros.

Les services de maintenance, couvrant matériels, logiciels et réseaux, sont puisés dans l'offre standard « A la Carte » d'Unisys.

Marchés ciblés

- Grands comptes ayant un parc supérieur à 300 micros
- Domaines d'activités des principaux clients : banques/finance, distribution/services/assurances, administration/services publics, transports

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

- Principaux interlocuteurs chez le client : le DG, le DI et la structure micro

Principaux atouts

L'expérience d'Unisys dans le domaine des services multi-vendeurs apporte un élément de crédibilité à l'offre, notamment auprès de la base installée.

« Concerto » se veut une offre complète et modulaire autour des micros et des réseaux. Elle est fortement marquée par le module financier. Le programme fédère plusieurs prestations développées autour de la maintenance traditionnelle auquel Unisys a rajouté un module de financement.

Dans le cadre du programme « Totality Service », Unisys offre des prestations tenant compte de l'ensemble du système d'information et pouvant compléter « Concerto », notamment dans le domaine des services réseaux et des services d'intégration.

L'offre en un clin d'oeil *Unisys France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats[1]	x	
	Installation/Déploiemt.	xx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	x	
	Administration de parc	xx	
	Assistance utilisateurs	xx	
	Ing. & admin. réseaux	x	
	Financement[2]	*x*	

[1] logiciels dont les références sont au catalogue Unisys Direct
[2] opération financière proposée par le partenaire d'Unisys, la société CERL

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

WANG FRANCE

CONSTRUCTEUR

10 place de la Coupole
94227 Charenton-Le-Pont Cedex

Tél : (1) 46 76 61 00
Fax : (1) 46 76 62 90

Présentation de la société

La société WANG France, filiale à 100% de WANG Labs (USA), est engagée dans les activités de services réseaux, de gestion électronique de document, de maintenance multi-marques et de gestion de parcs micro-informatiques. En 1993, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 295 MF, dont 15% pour la maintenance micro-informatique.

Caractéristiques de l'offre de services micros

L'offre de WANG en services micros a été récemment organisée et coordonnée avec les autres prestations de la société. En effet, c'est depuis un an environ que WANG a réorienté volontairement ses métiers vers une activité exclusive de mainteneur et de services micros. La démarche de WANG est de pouvoir associer à toutes ses prestations de maintenance, des services de gestion de parc et des services réseaux. Un seul et même objectif est visé :

1. optimiser le fonctionnement et la gestion d'un parc de micros et réseaux pour obtenir un gain d'efficacité important et des économies substantielles
2. contribuer au support fourni aux utilisateurs finaux

Marchés ciblés

- Clients WANG et/ou toutes entreprises moyennes à grandes, ayant un parc variant de 500 à 2 000 micros avec un fort taux de connexion réseaux
- Domaines d'activités des principaux clients : tout domaine d'activités
- Principaux interlocuteurs chez le client : le DI, la structure micro et le service achats; ponctuellement, le DG et le DAF

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

Principaux atouts

La jeunesse de l'offre de WANG peut tirer partie des compétences héritées du métier de constructeur. La synergie recherchée entre les activités réseaux et micros est un des atouts principaux de cette offre.

Axes de développement

- Développer les services de gestion de parc et de financement
- « Packager » l'offre de support réseaux
- Développer une hot-line bureautique « musclée »

L'offre en un clin d'oeil *WANG France*

Point d'entrée historique	Services offerts	Prestations phares	Axes de développement
	Achats	x	
	Installation/Déploiemt.	xxx	
➔	Maintenance	xxx	
	Formation	*x*	
	Administration de parc	x	■
	Assistance utilisateurs	x	■
	Ing. & admin. réseaux[1]	xx	■
	Ingénierie logiciels[1]	x	
	Intégration dans le SI[1]	x	
	Financement	*(ponctuellement)*	■

[1] prestations réalisées par le département Intégration de Systèmes et Services Professionnels

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

B
Profils succincts

AT&T DATAID

SSII

158 avenue de Verdun
92130 Issy Les Moulineaux

Tél : (1) 46 62 26 26
Fax : (1) 46 62 64 10

- Offre intitulée « Gestion de Parcs Micros » s'inscrivant comme une offre d'intégration de services AT&T
- Principales prestations : gestion de parc (en utilisant, par exemple, le progiciel ORPAC d'AT&T GIS), ..., administration des serveurs et des réseaux, gestion de la sécurité, conseil en maîtrise d'oeuvre, ..., et, comme intégrateur du groupe AT&T en ce qui concerne les offres de maintenance (AT&T GIS), de location évolutive (AT&T Financement) et de développements spécifiques

ECONOCOM

DISTRIBUTEUR

42/46 rue Médéric
92110 Clichy

Tél : (1) 47 56 37 00
Fax : (1) 47 31 03 00

- Création du concept de la « Location Micro Intégrée »
- Principales prestations : financement (achat ou location) de parcs micros, distribution micro-informatique professionnelle et services aux utilisateurs (maintenance tierce-partie, gestion de parc, formation, hot-line, délégation de personnel, solutions de « back-up »)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

EURALLIANCE'S Solutions Informatiques

DISTRIBUTEUR

56 rue Paul Claudel
87000 Limoges

Tél : (16) 55 06 06 07
Fax : (16) 55 06 08 31

- Réseau de professionnels de l'informatique (distributeurs, prestataires de services, ...) basé sur la mise en commun de compétences
- Principales prestations : maintenance, location, analyse de parcs,..., gestion de parcs, ingénierie réseaux et systèmes, assistance téléphoniques à travers son service de support Euralliance's Services

GRANADA Computer Services France

SMI

Le Clémenceau II
215 avenue Georges Clémenceau
92024 Nanterre Cedex

Tél : (1) 46 69 97 97
Fax : (1) 47 24 14 46

- Filiale du groupe Granada plc, leader européen de la maintenance informatique
- Principales prestations : maintenance, assistance utilisateurs regroupant les services d'installation, de redéploiement, de gestion de parc, ..., les services autour des réseaux, des procédures de « back-up »

KA

DISTRIBUTEUR

14 rue Magellan
75008 Paris

Tél : (1) 44 43 16 00
Fax : (1) 47 20 34 39

- Distributeur d'Apple, IBM et Compaq ainsi que de périphériques et logiciels associés
  KA dispose d'un Centre de Services, dénommé KA Service, qui regroupe les services d'assistance technique, de formation et de développement
- Principales prestations : installation et maintenance faites par le Service Clients; assistance utilisateurs, formation, développements spécifiques, veille technologique, etc., menés par KA Service

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

C Synthèse des principales prestations proposées par les offreurs

[Tableau IV-1A] Synthèse des principales prestations phares par offreur

Type de prestations / Catégorie d'offreurs	SSII									Constructeurs									
	AT&T Dataid	ATA	Athesa	Axone	Cap Sesa Hoskyns	EDS	GSI	Télésystèmes	Thales Groupe Sligos	Bull	Data General	Digital Equipment	Hewlett Packard	IBM	ICL Services	Olivetti	Siemens NI Systems	Unisys	WANG
Achats	x	x	x	x	x	xx	x	x	xx	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Installation/déploiement	x	x	x	x	xx	xx	x	xx	xx	xx	xx	xx	xxx	xx	xx	xx	xx	xx	xxx
Maintenance	x	xx	xx	x	xx	xx	x	xx	xx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Administration de parc	xx	xxx	xx	xx	xx	xxx	xxx	x	xx	xxx	xx	xxx	xx	xx	xx	x	x	xx	x
Formation	x	x		x	xxx	xx	xx	xx	xx	xx	x	x	xx	xx	x	x	x	x	x
Assistance utilisateurs	x	x	x	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xxx	xx	xxx	xxx	xxx	x	xx	x	xx	x
Ingénierie et/ou administration de réseaux	x	xxx	x	xxx	xxx	xxx	xx	xxx	xx	xx		xx	xx	xx	x	xxx	x	x	xx
Ingénierie logiciels		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	x			x	xx					x
Intégration dans le SI		xx	xxx	xxx	xx	xxx	xxx	xxx	xx	x		x	x	x		xx	x		x
Financement	x		x	x	x	x	x	x	xx	xx		xx	xx	xx	x	x		x	x
Conseil	x	x			xx	xx	xx		xx				x	x	x				

Lancement fin 1994 de la prestation et/ou du service

Positionnement : x = faible xx = moyen xxx = élevé

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau IV-1B] Synthèse des principales prestations phares par offreur

Type de prestations / Catégorie d'offreurs	Sociétés de maintenance						Editeurs		Autres			
	Granada	La Française de Maint.	Sorbus	Tasq International	TELCI	Thomainfor-Spectral	Skipper	Staff & Line	Econocom	Euralliance's	KA	Mayday
Achats		x			x	x	x		xx	xxx	x	
Installation/déploiement	xx	xxx	xx	xx	xxx	xxx		x		xx	xx	
Maintenance	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx			xx	xx	xx	
Administration de parc	x		xx	x	xx	xx	xxx	xxx	xx	xx		
Formation	x		x		x		xx	xx	x	xx	xx	xx
Assistance utilisateurs	x	x	xx	x	x	x	x		x	xx	xx	xxx
Ingénierie et/ou administration de réseaux	x	x	xx	x	x	xx				x		x
Ingénierie logiciels												
Intégration dans le SI						x	x					
Financement					x	x			xxx	xx		
Conseil					x		x					

Lancement fin 1994 de la prestation et/ou du service

Positionnement : x = faible xx = moyen xxx = élevé

© 1994 par INPUT. Reproduction interdite.

[Tableau IV-2A] Synthèse des principaux axes de développement des offreurs

Type de prestations / Catégorie d'offreurs	SSII									Constructeurs									
	AT&T Dataid	ATA	Athesa	Axone	Cap Sesa Hoskyns	EDS	GSI	Télésystèmes	Thales Groupe Sligos	Bull	Data General	Digital Equipment	Hewlett Packard	IBM	ICL Services	Olivetti	Siemens NI Systems	Unisys	WANG
Achats																			
Installation/déploiement																			
Maintenance	■	■								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Administration de parc		■					■												
Formation					■														
Assistance utilisateurs							■			■			■	■					
Ingénierie et/ou administration de réseaux		■		■	■			■											
Ingénierie logiciels																			
Intégration dans le SI			■	■		■	■												
Financement																			
Conseil																			

■ Point d'entrée

Axe de développement

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

[Tableau IV-2B] Synthèse des principaux axes de développement des offreurs

Type de prestations \ Catégorie d'offreurs	Sociétés de maintenance						Editeurs		Autres			
	Granada	La Française de Maint.	Sorbus	Tasq International	TELCI	Thomainfor-Spectral	Skipper	Staff & Line	Econocom	Euralliance's	KA	Mayday
Achats									■	■	■	
Installation/déploiement												
Maintenance	■	■	■	■	■	■						
Administration de parc							■	■				
Formation												
Assistance utilisateurs												■
Ingénierie et/ou administration de réseaux												
Ingénierie logiciels												
Intégration dans le SI												
Financement												
Conseil												

■ Point d'entrée

Axe de développement

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

D
Liste complémentaire

	Auditeur	Constructeur	Distributeur	Editeur	Mainteneur	SSII	Spécialiste
Agena			■				
Andersen Consulting	■						
Apsylog				■			
Ares						■	
ARM						■	
Axime						■	
Bossard	■						
C2S							■
Cegelec					■		
CEGID						■	
CISI						■	
Computer Associates				■			
Computervision Services		■					
Corporate Software				■			
ECS Diffusion			■				
ECS Maintenance					■		
Euriware						■	
Fast Maintenance					■		
Fininfor Micro			■				
Infopoint			■				
ISTA			■				
LTA			■				
Microsoft				■			
Partner's Consulting	■						
Promodata			■				
SAA	■						
SEI						■	
Sema Group						■	
Servitique					■		
SG2						■	
SII						■	
Steria						■	
Top Info Technologies			■				
Unilog						■	
Zenith Data Systems		■					

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

(page blanche)

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

V

Guide d'entretien

© 1994 par INPUT. Reproduction Interdite.

LES SERVICES MICROS EN FRANCE
Réalités de l'offre

- ETUDE INPUT France -

ENQUETE FOURNISSEURS

Questionnaire Confidentiel

Partie signalétique

Société :
Nom de l'interviewé :
Fonction : *Département :*
Adresse :

Téléphone : *Télécopie :*

Renseignements généraux sur la société

Date de création de la société :
Chiffre d'affaires France
- 1993 : *dont Services :*
- 1994 (prévisionnel) : *dont Services :*
Effectif 1993 : *dont Services :*

Renseignements sur l'actionnariat

Nom de la société mère : *% de participation :*
Nom des autres actionnaires :

Principales filiales (% de participation) :

Information INPUT (ne pas remplir)

☐ SSII ☐ SMI ☐ Editeurs ☐ Auditeurs ☐ Distributeurs ☐ Constructeurs ☐ Autre (préciser) :

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

INTRODUCTION

Q0.1- Votre offre contient-elle des prestations de services dédiés aux parcs de micros (i.e. contrat de services étendus au delà de la maintenance traditionnelle et concernant des parcs multi-constructeurs) ?

☐ Oui *(aller à QI.1)*
☐ Non *(aller à Q0.2)*
☐ Ne sait pas *(demander à être dirigé vers la personne concernée et recommencer le questionnaire)*

Q0.2- Votre société compte-t-elle offrir de tels services d'ici deux ans ?

☐ Oui *(continuer)*
☐ Non *(entretien terminé)*
☐ Ne sait pas *(demander à être dirigé vers la personne concernée et recommencer le questionnaire)*

PARTIE I- IMPORTANCE DE L'OFFRE DES FOURNISSEURS

QI.1- Comment définissez-vous votre offre de services dédiés aux parcs de micros ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

QI.2- Pouvez-vous évaluer le chiffre d'affaires total généré en France par votre offre de services dédiés aux parcs de micros en 1993, 1994 (estimation) et quel est leur taux de croissance annuel moyen (TCAM) jusqu'en 1997 ?

Pouvez-vous mesurer leur part (en %) par rapport au chiffre d'affaires total de votre société ?

	1993	1994 *(estimation)*	1997 *(TCAM)*
CA France	..... F	..... F	..... %
Part sur le CA France total de la société	..... %	..... %	..... %

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QI.3- Quelles sont les principales prestations en services dédiés aux parcs de micros, parmi celles énumérées ci-dessous, que votre société offre aujourd'hui et prévoit d'offrir d'ici 1997 ? Quelle est le chiffre d'affaires total généré par chacune de ces prestations en 1993, 1994 (estimation) et quel est leur taux de croissance annuel moyen jusqu'en 1997 ? *(veiller à extraire la partie relative au matériel)*

	CA		TCAM (%)
PRESTATIONS	1993	1994 (estimation)	1997
• Financement	.....	.....	.....
• Distribution de matériel	.....	.....	.....
• Distribution de logiciel	.....	.....	.....
• Gestion du parc / inventaire	.....	.....	.....
• Installation / déploiement	.....	.....	.....
• Maintenance (hors maintenance traditionnelle)	.....	.....	.....
• Formation	.....	.....	.....
• Hot-line	.....	.....	.....
• Ingénierie de réseaux	.....	.....	.....
• Administration de réseaux	.....	.....	.....
• Ingénierie S/W (dévpt. applic. C/S, choix de BDD, etc.)	.....	.....	.....
• Intégration dans le SI	.....	.....	.....
• Autres *(préciser)* :	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

QI.4- Quelles sont les principales raisons qui ont poussé votre société à offrir des services dédiés aux parcs de micros ? *(cocher la case correspondante et détailler)*

Principales raisons	Précisions
☐ Complémentarité/synergie avec d'autres offres existantes	.....
☐ Diversification d'activité, stratégie de développement	.....
☐ Contrat spécifique, demande client	.....
☐ Autres *(préciser)* :	.....
.....	.....
.....	.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QI.5- Votre société offre-t-elle d'autres services d'infogérance (outsourcing) ? *(cocher la case correspondante)*

☐ Oui *(continuer)* ☐ Non *(aller à QI.6)* ☐ Ne sait pas *(aller à QI.6)*

a) Si oui, le(s)quel(s) ? *(préciser)*

.....
.....
.....
.....
.....

b) Pouvez-vous évaluer les revenus totaux qu'ils ont générés en France pour 1993 et 1994 (estimation) ?

	1993	1994 *(estimation)*
CA France	..... F	..... F

Ces revenus incluent-ils des services dédiés aux parcs de micros ?

☐ Oui *(continuer)* ☐ Non *(aller en QI.6)* ☐ Ne sait pas *(aller en QI.6)*

Vous arrive-t-il de commercialiser ce type d'offre séparément ?

☐ Oui *(continuer)* ☐ Non ☐ Ne sait pas

c) Comment s'articule exactement cette offre avec celle autour de la micro ? Pouvez-vous la présenter et caractériser son évolution (i.e. comment elle s'articulera d'ici 1997) ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QI.6- a) Votre société offre-t-elle des services de maintenance traditionnelle ?

☐ Oui *(continuer)* ☐ Non *(aller à QI.7)* ☐ Ne sait pas *(aller à QI.7)*

b) Pouvez-vous évaluer les revenus totaux qu'ils ont générés en France pour 1993 et 1994 (estimation) ?

	1993	**1994** ***(estimation)***
CA France	..... F	..... F

c) Si oui, évoluent-ils vers des services à plus forte valeur ajoutée et comment s'effectue cette évolution ?

.....
.....
.....

QI.7- Etes-vous à l'origine de l'intégralité des prestations que vous offrez ou avez-vous recours à des sous-traitants / fournisseurs ? (si sous-traitance), quelle est la part dans le chiffre d'affaires ?

.....
.....
.....

Pouvez-vous préciser quels sont les sous-traitants / fournisseurs et les prestations concernées ?

Sous-traitants / fournisseurs	**Prestations**
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

Pourquoi votre société sous-traite-t-elle (achète-t-elle) ces prestations (synergie, compétences, proximité, coût, demande d'un client d'inclure tel ou tel service ou produit, etc.) ?

.....
.....
.....
.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QI.8- Y-a-t-il d'autres formes de partenariat, alliance, collaboration, etc., (y compris GIE d'utilisateurs) ?

☐ Oui *(continuer)* ☐ Non ☐ Ne sait pas

Si oui, pouvez-vous les présenter brièvement (nature, domaine, nom du ou des partenaire(s), etc.) ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

PARTIE II- LES CLIENTS DES FOURNISSEURS

QII.1- Quel est le profil du client type de votre offre ?

.....
.....
.....

QII.2- Parmi les critères suivants, quels sont ceux qui vous permettent de mieux qualifier vos prospects ? Pouvez-vous les quantifier et mesurer leur importance *(1 = peu important / 5 = très important)*

CRITERES	Quantification du critère	Importance du critère (1 à 5)
• Importance du parc	.....	.....
• Dispersion des sites	.....	.....
• Age du parc	.....	.....
• Taux de connexion LANs	.....	.....
• Taux de pénétration / cols blancs	.....	.....
• Hétérogénéité du matériel	.....	.....
• Coût annuel du poste	.....	.....
• Coûts cachés	.....	.....
• Evolution du budget	.....	.....
• Autres *(préciser)* :	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QII.3- Quel(s) est(sont) le(s) domaine(s) d'activité de vos principaux clients en services dédiés aux parcs de micros ? *(cocher la ou les case(s) correspondante(s); plusieurs réponses possibles)*

- ☐ Banque/Finance
- ☐ Distribution/Services/Assurance
- ☐ Administration/Services publics
- ☐ Industrie de fabrication
- ☐ Industrie de transformation
- ☐ Autre(s) *(préciser)* : .....

QII.4- Quelle est la taille moyenne, en terme de chiffre d'affaires, de vos principaux clients en services dédiés aux parcs de micros ? *(cocher la case correspondante)*

- ☐ Supérieur à 1milliard de francs
- ☐ 500 MF - 1milliard de francs
- ☐ 250 MF - 500 MF
- ☐ Inférieur à 250 MF

QII.5- Quels sont vos principaux interlocuteurs chez le client et à quel niveau interviennent-ils ? *(cocher les cases correspondantes)*

- ☐ DG
- ☐ DAF
- ☐ DI
- ☐ Structure micro
- ☐ Service utilisateurs
- ☐ Autre(s) *(préciser)* : .....

Y a-t-il eu recommandation d'un auditeur ?

☐ Oui ☐ Non

Si oui, lequel ? .....

QII.6- Pouvez-vous citer les principales références de votre offre et donner des précisions sur le mode d'obtention du contrat, la date de signature et le nombre de micros que couvre chacune d'elles ?

Référence(s) client	Mode d'obtention du contrat	Date de signature (mois/an)	Nombre de micros concernés
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QII.7- Selon vous, quels ont été les critères décisifs qui ont conduit ces clients à recourir à vos services ? *(choisir les 5 plus importants et les évaluer sur la grille suivante : 1 = peu important / 5 = très important)*

CRITERES DE SELECTION	DEGRE D'IMPORTANCE *(choisir les 5 plus importants)*
☐ Investissements spécifiques	.....
☐ Compétences techniques étendues	.....
☐ Support sur site personnel prestataire	.....
☐ Recours à des sous-traitants	.....
☐ Qualité du service - assurance qualité	.....
☐ Réputation - notoriété	.....
☐ Rapport qualité/prix	.....
☐ Conditions financières proposées	.....
☐ Reprise de personnel/d'immobilisations	.....
☐ Degré d'indépendance	.....
☐ Choix d'un prestataire unique	.....
☐ Support multi-logiciels	.....
☐ Connaissance LANs	.....
☐ Expert en concept/implément./déploiemt.	.....
☐ Capacité à gérer toute l'infra. SI du client	.....
☐ Autre(s) *(préciser)* :	.....
.....	.....
.....	.....

QII.8- Quels principaux freins avez-vous rencontrés dans vos négociations avec vos prospects au regard de cette offre ? Comment les avez-vous contournés ?

.....
.....
.....
.....
.....

QII.9- Existent-ils des garanties spécifiques demandées par les clients (ROI, contrôle partagé du projet, co-investissement, assurance qualité, etc.) ?

.....
.....
.....
.....
.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QII.10- En cas d'offre étendue, où vos clients / prospects mettent-ils la frontière ...

a) en ce qui concerne la prestation, vont-ils jusqu'au financement et à l'externalisation de la propriété ou limitent-ils votre intervention uniquement à la partie logistique et au support ?

.....
.....
.....
.....
.....

b) en qui concerne la plate-forme, vont-ils jusqu'aux LANs et serveurs ou vous demandent-ils de vous en tenir au poste de travail ?

.....
.....
.....
.....
.....

PARTIE III- PRATIQUES MARKETING ET COMMERCIALES POSITIONNEMENT DES FOURNISSEURS

QIII.1- a) Comment est structurée l'approche marketing et commerciale de votre société ? *(si possible, joindre un schéma de la structure d'organisation commerciale)*

Existe-t-il une approche différente en fonction de vos offres ?

Existe-il une force de vente dédiée ? Si oui, pouvez-vous l'évaluer (taille en effectif et part en % du CA) ?

.....
.....
.....
.....

b) Quelles sont les autres modes de diffusion de vos offres ? Pouvez-vous les détailler (catégorie, importance, mode contractuel, etc.) ?

.....
.....
.....
.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QIII.2- Quelles sont les principaux supports de communication de votre offre ?

.....
.....
.....
.....

QIII.3- Quels arguments commerciaux utilisez-vous auprès de vos prospects pour commercialiser votre offre ?

.....
.....
.....
.....

QIII.4- Concernant votre offre, quels sont vos concurrents directs sur le marché *(préciser les noms)* ? Comment vous positionnez-vous par rapport à chacun d'eux (en terme de solutions, prix, etc.) ?

Concurrence (noms)	Positionnement (points forts / points faibles)
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

PARTIE IV- EVOLUTION DES OFFRES ET TENDANCES DU MARCHE

QIV.1- Selon vous, quels seront les principaux besoins et préoccupations des utilisateurs en services dédiés aux parcs de micros dans les prochaines années ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

QIV.2- Comment votre société envisage-t-elle de répondre à ces attentes ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite

QIV.3- Selon vous, quels principaux facteurs technologiques auront une incidence décisive sur l'évolution du marché des services dédiés aux parcs de micros ? Et, quelles incidences auront-ils ?

Facteurs technologiques	Incidences
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

INPUT VOUS REMERCIE BEAUCOUP DE VOTRE COOPERATION

Copyright 1994 par INPUT - Reproduction interdite